

2. *Зенкина И. В.* Содержание, характерные особенности и проблемы стратегического анализа экономических субъектов в рыночных условиях / И. В. Зенкина // Аудит и финансовый анализ. — 2009. — № 3. — Режим доступа: http://www.auditfin.com/fin/2009/3/09_02/09_02%20.pdf

3. *Калинина Л. А.* Ошибки при проведении стратегического анализа на предприятии / Л. А. Калинина // Электронное периодическое издание «Системное управление». — 2012. — № 1. — Режим доступа: <http://sisupr.mrsu.ru/2012-1/PDF/stati/Kalinina.pdf>

4. *Томпсон А. А.* Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; пер. с англ. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. — М.: ЮНИТИ, 1998. — 576 с.

М. В. Стырський, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
e-mail: Styrskiy@yahoo.de

ФІНАНСОВА ІНТЕРНЕТ-ЗВІТНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЇ АКЦІОНЕРНОЇ КОМПАНІЇ

Стырський Николай
Финансовая интернет-отчетность
как элемент стратегии
акционерной компании

Mykola Styrskiy
Financial internet-reporting
as element of strategy
of joint-stock company

Спроби акціонерних компаній залучити необхідний для свого розвитку фінансовий капітал на фондовому ринку нерідко зазнають невдачі через ігнорування їхнім менеджментом гостроти проблеми, відомої в економічній теорії як асиметрія інформації. Адже дані, доступні потенційному інвесторові із відкритих джерел, може виявитись недостатньо, щоб схилити останнього до придбання цінних паперів навіть насправді успішного реципієнта капіталу. Тож інтерес емітентів до окремих складників комплексу фінансового маркетингу, і передусім тих, що уможливають ефективну реалізацію стратегії позиціонування фірми у середовищі постачальників фінансового капіталу, є цілком закономірним.

У сучасній економіці вагомим інструментом налагодження системи комунікацій з інвесторами виступає всевітня мережа Інтернет. Забезпечуючи значно вищий, порівняно із традиційними засобами інформації, рівень охоплення цільової аудиторії, Інтернет суттєво знижує витрати на донесення до інвестора масивів даних про поточний фінансовий стан та перспективи розвитку емітентів. Разом з тим, висновки, що впливають із емпіричних досліджень

ефективності веб-сайтів фірм як каналів оприлюднення фінансової інформації, – досить суперечливі. Так, В. Удальцов на підставі лінійного регресійного аналізу параметрів Інтернет-звітності 34 російських підприємств встановив наявність прямого зв'язку між рівнем інформаційної прозорості та інвестиційною активністю компаній [1]. Натомість дослідження групи російських науковців, здійснене на матеріалах 64 фірм, навпаки засвідчило відсутність значущого впливу індексу розкриття інформації на рентабельність продажу фірм [2]. Непоодинокими є також спроби обґрунтування альтернативної гіпотези — саме фінансово-економічні успіхи підприємств є передумовою зростання обсягу розміщеної ними на веб-сайтах корпоративної інформації. Зокрема, Й. Гассен і Й. Гайль, аналізуючи практику розкриття фінансової інформації німецьких компаній, акціями яких торгують на фондових біржах, виявили визначальний вплив на масштаби Інтернет-публічності обсягу обороту підприємств [3].

У цьому контексті постає запитання, наскільки українські акціонерні компанії схильні розглядати оприлюднення фінансової звітності в мережі Інтернет як органічний компонент власних стратегій. Відповідне дослідження здійснювалося у формі моніторингу веб-сайтів 20-ти акціонерних товариств, що входили до бази індексу ПФТС у 2010—2012 рр. (до моменту внесення змін у структуру індексу у квітні 2012 року).

З аналізованої сукупності 10 підприємств завершили кожен із зазначених років з прибутками, 2 — із збитком, решта — продемонстрували змінні успіхи. Максимальний (з урахуванням змістового наповнення та проміжку часу, для якого наводиться звітність) масив фінансової інформації у першому півріччі 2013 року зосереджувався на веб-сторінці «Райффайзен Банку Аваль» — окрім іншого, доступною є річна звітність з 1996 по 2012 рік. Мінімальний — «Донбасенерго» (звітність 2011—2012 рр.), «Концерн «Стирол» (2010—2011 рр., посилання на звітність 2012 року — не функціональне) та Алчевський металургійний комбінат (звітність за 2010—2012 рр. не містить ні балансу, ні звіту про фінансові результати). Два акціонерних товариства («Полтавський ГЗК» та «ІНТЕРПАЙП Нижньодніпровський трубопрокатний завод») не репрезентовані у мережі власними офіційними сайтами. Серед форматів представлення даних нині домінує pdf, що має відчутні переваги з точки зору запису даних і друку, але ускладнює автоматизований коефіцієнтний аналіз. Сайти окремих підприємств («Західенерго» та «Дніпроенерго») зазнали суттєвих змін, що пояснюється їхнім входженням у структуру групи «ДТЕК». Біль-

шість аналізованих Інтернет-сторінок — багатомовні, причому перегляд українською мовою доступний в 11 випадках, російською — 18, англійською — 14. Щоправда, здебільшого, баланс і звіт про фінансові результати наводяться лише українською мовою.

Таким чином, структура інформації, розміщеної лідерами вітчизняного ринку акцій у мережі Інтернет, може розглядатися як свідчення недооцінки корпоративним сектором стратегічного потенціалу веб-сторінок як елемента фінансових комунікацій.

Література

1. *Удальцов В. Е.* Измерение информационной прозрачности и ее влияние на инвестиционную активность российских публичных компаний / В. Е. Удальцов // Электронный журнал «Корпоративные финансы». — 2011. — № 2 (18). — С. 5—13. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cfjournal.ru>

2. *Ильина Ю. Б.* Индекс раскрытия информации: взаимосвязь с финансовой результативностью / Ю. Б. Ильина, И. В. Березинец, А. В. Орлова // Электронный журнал «Корпоративные финансы». — 2009. — № 2 (10). — С.28—39. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cfjournal.ru>

3. *Gassen J.* Internetpublizität deutscher Unternehmen / J. Gassen, J. Heil // Kapitalmarktorientierte Rechnungslegung. Beilage zu FinanzBetrieb. — 2001. — № 1. — S. 38—44.

Г. В. Строчкович, к.е.н., доцент,
Харківський гуманітарний університет,
«Народна українська академія»,
e-mail: anna_strokovych@meta.ua

РОЗРОБКА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Строчкович Анна
Разработка организационного
обеспечения качества
функционирования предприятий

Strokovych Anna
development of organizational
Support of the quality
of functioning of enterprises

Однією з характерних рис світової економіки є поступове зростання конкуренції та ролі нематеріальних активів в успішному функціонуванні підприємств. Основою зміцнення конкурентних переваг є якісне функціонування підприємства як у поточному, так і в стратегічному періодах. Тому важливою проблемою в умовах еко-