

них комп'ютерів, об'єднаних у локальні мережі із виходом назовні [2, с. 12]. Але повних систем планування та контролю маркетингу за всіма його напрямками (товарна політика, цінова політика, комунікації, організація розподілу) не існує.

Найпоширенішими є часткові системи для окремих сфер маркетингової діяльності. Моделі та висновки, які отримують за допомогою таких моделей, допомагають керівництву підприємства об'єктивно оцінювати результати діяльності, а також розробляти плани маркетингу, у тому числі маркетингових комунікацій як найважливішої його складової, об'єктивно та на науковій основі.

Для того, щоб обрати оптимальну маркетингову стратегію підприємству слід визначити місію та цілі своєї діяльності, так як за змістом стратегія — це сукупність дій для досягнення цілей. Основне призначення маркетингової стратегії полягає в тому, щоб взаємоузгодити маркетингові цілі підприємства з його можливостями, вимогами споживачів, використати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги. Далі необхідно здійснити аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища (SWOT-аналіз, STEP-аналіз), провести оцінку альтернативних стратегій. Завершальним етапом при виборі стратегії є аналіз портфеля підрозділів підприємства.

Література

1. *Армстронг Гарі, Котлер Філіп*. Маркетинг. Загальний курс, 5-те видання.: Пер. з англ.: Уч. пос. — Видавничий дім «Вільямс», 2008. — 608 с.
2. *Панкрухин А. П.* Маркетинг: учеб. для вузов. / Институт международного права и экономики им. А. С. Грибоедова (ИМПЭ). / Панкрухин А. П. — М.: ИМП, 2009. — 398 с.

О. Я. Савко, аспірант,
асистент кафедри економіки підприємства,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
e-mail: Oksana_savko@mail.ru

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГАЗОРОЗПОДІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Савко Оксана
Оценка эффективности
деятельности
газораспределительных компаний

Savko Oksana
Evaluation the effectiveness
of activity gas- distribution
companies

Оцінка ефективності діяльності газорозподільних підприємств є базою при формуванні і для подальшої реалізації фінансової

стратегії їх розвитку, в тому числі при ціноутворенні на газовому ринку та при виборі механізмів регулювання тарифів. Необхідність переходу до стимулюючого ціноутворення у сфері формування тарифів на транспортування та постачання природного газу ставлять перед керівництвом підприємств і контролюючими органами низку методологічних проблем, пов'язаних з оцінкою ефективності діяльності таких підприємств. Це також підтверджує актуальність даного дослідження.

Метою дослідження є здійснення фінансово-економічного аналізу діяльності газорозподільних підприємств для визначення стану і формування рекомендацій щодо фінансової стратегії їх розвитку.

Фінансово-економічний аналіз та оцінка ефективності діяльності підприємств виступає інформаційно-аналітичним забезпеченням прийняття стратегічних рішень на рівні розробки та реалізації фінансової стратегії. Такий аналіз є основою для проведення оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та їх впливу на фінансовий стан суб'єкта господарювання. За допомогою його інструментарію здійснюється історична, поточна та перспективна оцінка ефективності реалізації фінансової стратегії.

За результатами проведеного в рамках даного дослідження фінансово-економічного аналізу газорозподільних підприємств виявлено такі основні моменти та тенденції щодо їх розвитку:

— поточні зобов'язання для більшості газорозподільних підприємств є джерелом фінансування поточних активів і частини необоротних активів, що формує від'ємне значення величини чистого оборотного капіталу. Так, у 2008 році сумарна величина чистого оборотного капіталу склала — 2,553 млн грн, а у 2011—2012 рр. вона збільшилася до значень від 1 млн грн до 0,8 млн грн відповідно. В цілому така динаміка характеризує згортання можливостей політики фінансування діяльності підприємств за рахунок кредиторської заборгованості (враховуючи, що співвідношення кредиторської заборгованості до дебіторської протягом 2008—2012 рр. було суттєво більше 1). Цей висновок підтверджує і позитивна динаміка тривалості фінансового циклу від 70,8 днів у 2009 р. до 30 днів у 2012 р.;

— підвищилась прибутковість діяльності газорозподільних підприємств. Якщо у 2009 році частка підприємств, які отримали чистий прибуток, складала лише 12,1 %, то вже у 2011 році їх питома вага склала 80 %, а в 2012 р. — 70,7 %. Це пов'язано із врегульованістю тарифів на послуги зазначених підприємств Національною комісією регулювання енергетики;

— показники, які на пряму характеризують ризик банкрутства підприємств, демонструють в цілому тенденцію до зростання та зниження ризику неплатоспроможності. Зокрема, середнє значення коефіцієнта Альтмана зросло протягом 2009—2012 років на 70,2 % (з 1,4 до 2,3), показник банкрутства Таффлера — на 68 % (з 0,25 до 0,42), значення коефіцієнта Бівера — на 201,2 % (з 0,049 до 0,15);

— значний вплив на покращення показників фінансового стану газорозподільних суб'єктів мав фактор переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності, який відбувся у 2011—2012 роках.

Проведена оцінка діяльності газорозподільних підприємств дозволяє до певної міри визначити стан домінуючої фінансової політики при формуванні капіталу суб'єктів господарювання. Зокрема, в даному випадку йдеться про її перехід від агресивної, спрямованої на використання кредиторської заборгованості як джерела фінансування поточних зобов'язань і частини необоротних активів, до більш помірної. А політику управління поточними активами можна охарактеризувати чітко як агресивну, спрямовану на пришвидшення оборотності та відносного зменшення дебіторської заборгованості.

Ще одним з визначальних факторів при побудові фінансової стратегії газорозподільних підприємств є необхідність в розробці механізмів адаптації до основних прогнозів розвитку газового ринку України, відповідно до яких передбачається різке скорочення обсягів споживання та транспортування природного газу [1].

Отож, проведений фінансово-економічний аналіз діяльності газорозподільних підприємств дав можливість оцінити існуючу фінансову стратегію їх розвитку, а також сформував бачення щодо її удосконалення. Домінування агресивної політики управління оборотними активами поряд зі зміною політики управління поточними зобов'язаннями сприяли покращенню основних показників фінансового стану підприємств. Надалі варто дотримуватись визначеної стратегії, а також проводити таку фінансову політику підприємствам, яка б передбачала залучення додаткових фінансових ресурсів за рахунок диверсифікації їх діяльності.

Література

1. Проект Оновлення Енергетичної стратегії України на період до 2030 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/doccatalog/list?currDir=50358>.