

Таким чином, слід розглядати питання організації та фінансування навчальних процесів у вишах та у корпоративних навчальних центрах як пов'язані, та розвивати вже існуючі форми координації потреб та умов організації та фінансування навчальних процесів у вишах та у корпоративних навчальних центрах.

Список використаних джерел:

1. Куцурубова-Шевченко О. В. Господарсько-правові проблеми функціонування державних вищих навчальних закладів. – 2009.

УДК 336:005.21:658

Тур Н.В.,

магістрантка факультету економіки і менеджменту

Науковий керівник - Марина А.С.,

к.е.н., доцент каф. обліку, фінансів та економічної безпеки

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

Фінансовий бенчмаркінг в управлінні підприємствами

Бенчмаркінг є відносно новим напрямком управління для вітчизняних підприємств, у той час як за кордоном цей метод широко використовується досить давно. Застосування бенчмаркінгу дає змогу вдосконалювати результати діяльності підприємства в цілому, враховуючи досвід і результати діяльності провідних підприємств. Так, недостатня розвиненість та обізнаність суб'єктів господарювання щодо бенчмаркінгу в Україні обмежує якість управління підприємствами і ставить під загрозу їх конкурентоспроможність.

Теоретичні аспекти бенчмаркінгу розглядають у своїх наукових працях такі вітчизняні вчені-економісти, як М. Бублик, Н. Габрук, Л. Довгань, М. Касаткіна, Ю. Каракай, М. Лютікова, О. Макарчук, К. Редченко та інші.

Метою дослідження є визначення сутності поняття «фінансовий бенчмаркінг», його особливостей, етапів створення та розвитку в Україні.

У сучасній літературі поняття «фінансовий бенчмаркінг» трактується по-різному. Д. К. Ван Хорн і Д. М. Вахович зазначають, що «фінансовий бенчмаркінг трактується як міжфірмовий порівняльний аналіз з використанням фінансових коефіцієнтів» [2, с.93]. В. Брофі вважає, що «фінансовий бенчмаркінг будується за даними стандартної фінансової звітності та розглядається як складний елемент зіставлень розвинених компаній» [1, с.115].

Таким чином, фінансовий бенчмаркінг - це технологія порівняльного аналізу процесів та результатів фінансового управління компанією з компаніями-лідерами галузі на базі контрольних показників (рентабельність, прибутковість, ліквідність, фінансова стійкість тощо).

Головною ціллю фінансового бенчмаркінгу є пошук напрямків поліпшення фінансового стану компанії. Виділяють три послідовних етапи процесу бенчмаркінгу, які наведено на рисунку 1.

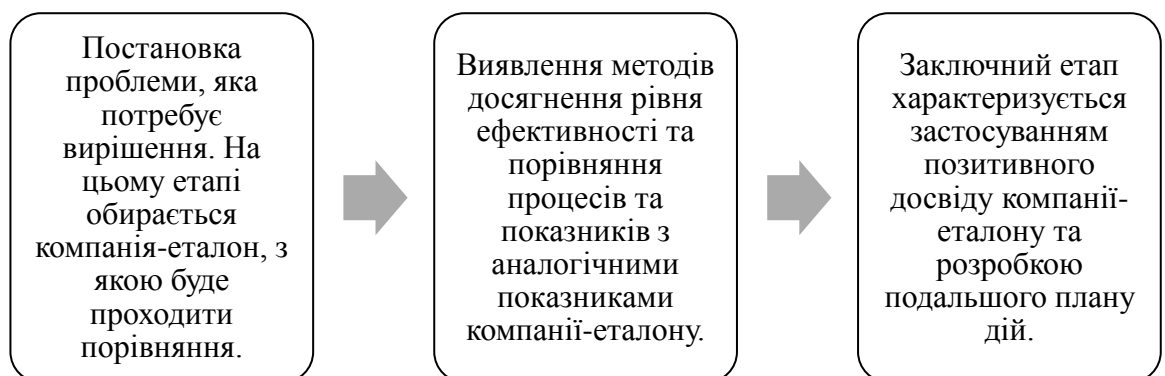


Рисунок 1 - Етапи процесу бенчмаркінгу

На даний момент фінансовий бенчмаркінг широко застосовують у США, Німеччині, Англії, Китаї, ОАЕ, Італії, Швеції, де створені центри та асоціації, які проводять дослідження, розробляють проекти та торгують успішними моделями бізнес-процесів. В Україні бенчмаркінг не зустрів належної підтримки й не має широкого практичного застосування. Про це свідчить також результат спроби введення програми «Українського індексу бенчмаркінгу» (Ukrainian Benchmarking Index) у 2003 році. UBI – це

комп'ютерна програма, що дає можливість проведення порівняльного аналізу конкретного бізнесу з найкращим його аналогом [3, с.25]. Однак в 2007 році програма припинила своє функціонування у зв'язку із скептичними поглядами українських підприємців та сприйняттям бенчмаркінгу як комерційного шпигунства або прояву не добросесної конкуренції.

До основних причин, що створюють негативне ставлення до бенчмаркінгу в Україні на сьогодні, слід віднести такі: нестача кваліфікованих працівників відповідної спеціалізації; недостатня поінформованість та помилкове судження про призначення бенчмаркінгу; приховування інформації про діяльність підприємств; значні витрати на проведення бенчмаркінгу; непорівнюваність досвіду українських підприємств із досвідом передових західних суб'єктів господарювання, насамперед внаслідок недостатнього інформаційного забезпечення; відсутність належних методик управління.

Серед вітчизняних підприємців спостерігається пасивна зацікавленість та повна відсутність бажання розкривати секрети свого успіху, що не характерно для зарубіжних компаній. Практичні рекомендації для поліпшення становища на українських підприємствах в напрямку розвитку фінансового бенчмаркінгу зводяться до наступного: надання потрібних ресурсів для запровадження бенчмаркінгу в Україні; створення української програми бенчмаркінгу для більш легкого і добросесного використання досвіду успішних підприємств; включення планів бенчмаркінгу у стратегічні та бізнес-плани підприємств при їх створенні; підготовка висококваліфікованих кадрів; пропаганда важливості бенчмаркінгу для зовнішнього і внутрішнього середовища організації; мотивація вітчизняних підприємців до надання правдивої фінансової звітності.

Таким чином, бенчмаркінг сьогодні є надзвичайно корисним інструментом для багатьох підприємств. Він дає змогу зіставити показники ефективності, можливість зрозуміти слабкі та сильні сторони діяльності підприємства порівняно з конкурентами та світовими лідерами в галузі.

Результатом проведення на підприємстві фінансового бенчмаркінгу є підвищення ефективності та раціональності бізнес-процесів; підвищення продуктивності та якості послуг; підвищення конкурентоспроможності; підвищення ефективності економічних показників тощо.

Список використаних джерел:

1. Брофі В. Фінансові показники: порівняльний аналіз / В. Брофі. - К.: Літера, 2014. - 341 с.
2. Ван Хорн Д. К., Вахович Д. М. Основи фінансового менеджменту / Д. К. Ван Хорн, Д. М. Вахович. - К.: «І.Д. Вільямс», 2015. - 1232 с.
3. Вишинська Т.О. Бенчмаркінг в Україні: психологічний аспект // Хмельницький національний університет. - К.: ЛІТЕРА, 2014. - С.25-32.

УДК 336.64

Уницька Г. Ю.,

студентка 4 курсу, ФетаУ

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

Активи сучасної корпорації

За сучасних умов господарювання необхідно швидко та ефективно реагувати на зміни у політиці управління активами, адже від цього залежить стабільність функціонування корпорації та максимізація прибутку. За допомогою правильно підбраного шляху формування, а також подальшого використання активів сучасними бізнес-суб'єктами залежить рівень їх ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості. Ось чому потрібно комбінувати існуючі методи та впроваджувати якісно нові в процесі використання активів в сучасній корпорації, що в майбутньому буде підвищувати її потенціал, а також впливати на кінцевий результат всієї її роботи.

Активи – це майно бізнес-суб'єкта в його матеріальній і нематеріальній формах, придбане за рахунок власних або залучених ресурсів, що