

програми здійснення певних фінансових операцій або фінансової діяльності підприємства в цілому, що забезпечить безперервність та ефективність процесу виробництва.

### Література.

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: [Учебный курс.] – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.
2. Вишнівська Б. Методи мінімізації фінансових ризиків // Економіст. – 2008. – № 6. – С. 58 – 59.
3. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) / О. І. Барановський. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – 759 с.
4. Карлін М. І. Управління державними фінансами: [навч. посібн.] / М. І. Карлін, О.В. Борисюк. – Луцьк : ПП Іванюк , 2013. – 273 с.

## ОЦІНКА ПРИВАБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНИХ ЗОН ГОСПОДАРЮВАННЯ

*Щербак М. С., студентка*

*Науковий керівник: Шинкаренко В. Г., д.е.н., професор*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

С практичної точки зору запити споживачів автотранспортних послуг різноманітні по змісту та відрізняються за обсягом. В зв'язку з цим АТП для найбільш повного та якісного їх задоволення мусять концентрувати свою діяльність на певному сегменті ринку. Для його встановлення проводиться сегментування оточуючого ринку автотранспортних послуг [1, с. 28-29].

Першим та найважливішим етапом сегментації зовнішнього середовища є виділення стратегічних зон господарювання (СЗГ). На сьогоднішній день найбільшою популярністю користується методика виділення СЗГ И. Ансоффа [2, с. 84].

Отже, проведемо стратегічну сегментацію зовнішнього середовища на прикладі АТП-16363. На сьогоднішній день найбільш вагомими стратегічними зонами господарювання для цього підприємства є: ЗАТ «Філіпп Морріс Україна»; ВАТ «Вімм Білль Данн Україна»; ВАТ «САН ІнБев Україна» (Пивзавод «Рогань»); ТОВ «Біотрейд»; ТОВ «Nestle Україна»; ПАТ «Монделіс Україна»

(«Крафт Фудз Україна»); ТОВ «Фоззі Фуд»; ТОВ «Гала-Торг»; ПрАТ «Якобз»; ТОВ «Нова пошта»; ТОВ «Европродукт».

На наступному етапі проведемо вибір стратегічної зони господарювання. Для цього здійснимо аналіз існуючих СЗГ та виділимо найвагомішу з них [3, с. 81-82].

Інтегральний критерій привабливості СЗГ визначається за формулою:

$$P_i = \sum_{j=1}^m k_j * z_{ij}, \quad (1)$$

де  $z_{ij}$  – нормоване інтегроване значення  $j$ -ого критерія привабливості  $i$ -ої СЗГ;

$k_j$  – значимість  $j$ -ого критерія привабливості СЗГ;

$m$  – число оціночних критеріїв;

$n$  – число СЗГ, що аналізуються.

Нормовані центровані значення критеріїв привабливості СЗГ визначаються за формулою:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_j}{s_j}, \quad (2)$$

де  $x_{ij}$  - абсолютне значення  $j$ -ого критерія привабливості  $i$ -тої СЗГ;

$\bar{x}_j$  - середнє значення  $j$ -ого критерія оцінки привабливості СЗГ:

$$\bar{x}_j = \sum x_{ij} / n, \quad (3)$$

де  $\sigma_j$  - середньоквадратичне відхилення значень  $j$ -ого критерію привабливості СЗГ:

$$s_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_{ij} - \bar{x}_j)^2}{n}}, \quad (4)$$

Для вибору скористаємося критеріями наведеними в таблиці 1.

Отже, визначимо нормовані інтегровані значення приватних показників СЗГ. Дані занесемо до таблиці 2.

Таблиця 1 – Вихідні дані для вибору стратегічної зони господарювання

СЗГ	Рентабельність в СЗГ, %	Відповідний стратегічний потенціал АТП вимогам СЗГ, долі од.	Доля ринку АТП в СЗГ, %	Темпи росту рентабельності, %	Питома вага обсягу перевезень в СЗГ, %
	X1	X2	X3	X4	X5
Філіпп Морріс Україна	19	1	11	100,32	12,3
Вімм Білль Данн Україна	13	1	7	102,01	11,2
САН ІнБев Україна	21	1	15	103,60	15,6
Біотрейд	15	0,78	0,65	98,55	0,36
Nestle Україна	16	1	12	99,95	7,8
Монделіс Україна	14	0,98	2	100,31	3,2
Фоззі Фуд	17	0,80	10	101,5	0,57
Гала-Торг	10	0,88	0,51	99,6	0,98
Якобз	11	0,79	0,29	97,40	5,12
Нова пошта	13	0,91	1	96,32	6,31
Европродукт	12	0,95	6	100,03	0,65
Середнє значення					
X	14,64	0,92	5,95	99,96	5,83
$\sigma_x$	3,23	0,09	5,15	1,95	5,10

Таблиця 2 – Нормовані значення вихідних показників

СЗГ	Рентабельність в СЗГ, %	Відповідний стратегічний потенціал АТП вимогам СЗГ, долі од.	Доля ринку АТП в СЗГ, %	Темпи росту рентабельності, %	Питома вага обсягу перевезень в СЗГ, %
	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5
Філіпп Морріс Україна	1,352	0,955	0,981	0,183	1,270
Вімм Білль Данн Україна	-0,507	0,955	0,204	1,048	1,055
САН ІнБев Україна	1,972	0,955	1,759	1,861	1,918
Біотрейд	0,113	-1,584	-1,030	-0,723	-1,073
Nestle Україна	0,423	0,955	1,176	-0,007	0,387
Монделіс Україна	-0,197	0,724	-0,768	0,178	-0,515
Фоззі Фуд	0,732	-1,353	0,787	0,787	-1,032
Гала-Торг	-1,437	-0,430	-1,057	-0,186	-0,951
Якобз	-1,127	-1,469	-1,100	-1,311	-0,139
Нова пошта	-0,507	-0,084	-0,962	-1,864	0,095
Европродукт	-0,817	0,378	0,010	0,034	-1,016

Проведемо розрахунок показника привабливості стратегічних зон господарювання та оберемо найпривабливішу СЗГ. Кращими являються СЗГ, у яких величина інтегрального критерія –  $\Pi_i$  максимальна. Розрахунки представимо в таблиці 3 [4].

Значимість j-го показника привабливості СЗГ ( $k_j$ ):

$k_{j1} - 0,23$ ;  $k_{j2} - 0,20$ ;  $k_{j3} - 0,21$ ;  $k_{j4} - 0,18$ ;  $k_{j5} - 0,18$ ;

Таблиця 3 – Розрахунок привабливості стратегічних зон господарювання

№ п/п	СЗГ	Привабливість СЗГ
1	Філіпп Морріс Україна	$P_{СЗГ} = 0,23*1,352 + 0,20*0,955 + 0,21*0,981 + 0,18*0,183 + 0,18*1,270 = 0,970$
2	Вімм Білль Данн Україна	$P_{СЗГ} = 0,23*(-0,507) + 0,20*0,955 + 0,21*0,204 + 0,18*1,048 + 0,18*1,055 = 0,496$
3	САН ІнБев Україна	$P_{СЗГ} = 0,23*1,972 + 0,20*0,955 + 0,21*1,759 + 1,861*1,048 + 0,18*1,918 = 1,694$
4	Біотрейд	$P_{СЗГ} = 0,23*0,113 + 0,20*(-1,584) + 0,21*(-1,030) + 0,18*(-0,723) + 0,18*(-1,073) = -0,830$
5	Nestle Україна	$P_{СЗГ} = 0,23*0,423 + 0,20*0,955 + 0,21*1,176 + 0,18*(-0,007) + 0,18*0,387 = 0,604$
6	Монделіс Україна	$P_{СЗГ} = 0,23*(-0,197) + 0,20*0,724 + 0,21*(-0,768) + 0,18*0,178 + 0,18*(-0,515) = -0,123$
7	Фоззі Фуд	$P_{СЗГ} = 0,23*0,732 + 0,20*(-1,353) + 0,21*0,787 + 0,18*0,787 + 0,18*(-1,032) = 0,019$
8	Гала-Торг	$P_{СЗГ} = 0,23*(-1,437) + 0,20*(-0,430) + 0,21*(-1,057) + 0,18*(-0,186) + 0,18*(-0,915) = -0,843$
9	Якобз	$P_{СЗГ} = 0,23*(-1,127) + 0,20*(-1,469) + 0,21*(-1,100) + 0,18*(-1,311) + 0,18*(-0,39) = -1,045$
10	Нова пошта	$P_{СЗГ} = 0,23*(-0,507) + 0,20*(-0,084) + 0,21*(-0,962) + 0,18*(-1,864) + 0,18*0,095 = -0,654$
11	Европродукт	$P_{СЗГ} = 0,23*(-0,817) + 0,20*0,378 + 0,21*0,010 + 0,18*0,034 + 0,18*(-1,016) = -0,287$

Таким чином, в цілому інтегральний показник по стратегічним зонам господарювання рівний: 0,970; 0,496; 1,694; -0,830; 0,604; -0,123; 0,019; -0,843; -1,045; -0,654; -0,287. Виходячи з цього найбільш привабливою стратегічною зоною господарювання для АТП-16363 є ВАТ «САН ІнБев Україна», так як її інтегральний показник є найвищим та складає 1,694.

Отже, ми провели стратегічну сегментацію та виділили стратегічні зони господарювання для автотранспортного підприємства «АТП-16363». Розрахувавши показник привабливості для кожної СЗГ, визначили, що найбільш привабливим для підприємства є клієнт «САН ІнБев Україна».

### Література.

1. Зозулев А.В. Сегментирование рынка: Учеб. пособие / А.В. Зозулев. – Х.: Студцентр, 2003. – 232 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
3. Шинкаренко В.Г. Обоснование признакового пространства для выделения стратегических зон хозяйствования грузового АТП /

В.Г. Шинкаренко, О.П. Левченко // Економіка і регіон, № 1. – 2003. – ПНТУ. – С. 81-82.

4. Шинкаренко В.Г. Стратегический анализ внешней среды функционирования предприятия / В.Г. Шинкаренко // Економіка транспортного комплексу: зб. наук. праць. – Х.: ХНАДУ. – Вип. 26. – С. 5-23.

## ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ

*Пляшко О. І., аспірантка*

*Науковий керівник: Бондар М. І., д.е.н., професор*

*Київський національний університет імені Вадима Гетьмана»*

Рушійною силою розвитку суб'єктів господарювання є інвестиційна діяльність. Інвестиційна діяльність включає безпосередньо процес інвестування та подальший контроль за реалізацією інвестицій з метою забезпечення їх віддачі. При цьому, під інвестиціями слід розуміти активи підприємства, які вкладаються в об'єкти підприємницької діяльності з метою отримання прибутку. Залежно від об'єкта вкладень їх класифікують на реальні та фінансові. Реальні інвестиції передбачають вкладення у матеріальні та нематеріальні активи підприємства, а фінансові - інвестування у фінансові акти, такі як цінні папери, опціони, ф'ючерси, форварди.

В науковій літературі не спостерігається особливих протиріч щодо визначення сутності фінансових інвестицій. Адже трактування, які наводять вчені у своїх роботах, зводяться до пояснення фінансових інвестицій як активів, які слугують для отримання прибутку підприємством. Таким чином найкраще трактувати поняття «фінансові інвестиції» як господарський процес, пов'язаний із вкладенням коштів та інших активів у діяльність підприємства в обмін на корпоративні або боргові цінні папери з метою отримання прибутку або іншого доходу від діяльності об'єкта інвестування, високоліквідних цінних паперів або участі в управлінні підприємством-емітентом.

В науковій літературі існують різні підходи до класифікації фінансових інвестицій. Проте, потрібно зазначити, що наявна класифікація потребує подальшого вдосконалення.

Фінансові інвестиції за характером участі в інвестуванні поділяються на прямі та портфельні. Відмінність у них полягає в