

5. Ковалев С.М. Выбор бизнес-процессов для оптимизации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.betec.ru/index.php?id=6&sid=39>.

## **ВИБІР МЕТОДУ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

*Герченко А.С.*

*Науковий керівник: Догадайло Я.В., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Для реалізації діагностики необхідно мати чітке уявлення про існуючі методи здійснення діагностики фінансового стану. У сучасних умовах діагностика фінансового стану підприємств здійснюється при використанні різноманітних методів та заходів, розроблених як вітчизняними, так і закордонними дослідниками. В результаті проведеного дослідження було виявлено, що в сучасних умовах діагностика фінансового стану підприємств здійснюється при використанні різноманітних методів та заходів, розроблених як вітчизняними, так і закордонними дослідниками, основними з яких є:

1) горизонтальний аналіз: визначення тренду, порівняння звітних показників з показниками попередніх періодів;

2) структурний аналіз: активів, капіталу та грошових потоків;

3) прогностичні методи: розрахунок точки критичного обсягу продажу та побудова прогностичних фінансових звітів;

4) аналіз фінансових коефіцієнтів: ліквідності; фінансової стійкості; рентабельності; ділової активності та ринкової активності. В свою чергу аналіз фінансових коефіцієнтів може здійснюватися за допомогою методів прогнозування банкрутства та методів інтегральної оцінки: бальний, рейтинговий, аналіз стабільного росту підприємства, метод корпорації “Дюпон”, матричний метод, таксономічний метод, метод радару.

Горизонтальний фінансовий аналіз базується на вивченні змін окремих фінансових показників у часі. У процесі здійснювання його аналізу розраховуються темпи росту (приросту) окремих показників та визначення тенденції їх змін (тренд).

Структурний фінансовий аналіз базується на структурному розкладенні окремих показників, У процесі здійснювання цього аналізу розраховується питома вага окремих структурних складових фінансових показників.

Прогностичні методи використовуються для прогнозування доходів підприємства та його майбутнього фінансового стану, Одним із інструментів фінансового прогнозування є прогностичний баланс, що відображає майбутнє майнове становище підприємства та дозволяє оцінити, наскільки здійснені при наявному власному капіталі зобов’язання підприємств. У практиці фінансового прогнозування для побудови прогностичного фінансового балансу звичайно використовують два основних заходи: прогнозування окремих статей звітності виходячи з динаміки якого-небудь одного показника, який найбільш повно

характеризує діяльність підприємства; прогнозування окремих статей звітності виходячи з їх індивідуальної динаміки та взаємозв'язків між ними.

Аналіз фінансових коефіцієнтів ґрунтується на розрахунку співвідношення абсолютних фінансових показників. Найбільш поширений засіб оцінки фінансових коефіцієнтів міститься у зіставленні розрахованих фінансових показників з визначеними нормативами. В практиці фінансового аналізу у якості бази порівняння використовуються такі критерії, як загальноприйняті еталони, показники підприємства за попередній період, а також середньогалузеві показники. Слід відмітити, що для оцінки фінансового стану підприємств у ряді випадків недостатньо розрахунку окремих коефіцієнтів. У практиці фінансового аналізу розроблені методи, ґрунтовані на застосуванні визначним образом систематизованих фінансових коефіцієнтів.

Для оцінки фінансового стану підприємств з усіх вищезгаданих більш підходить аналіз фінансових коефіцієнтів. Цим методом дозволяє зробити аналіз підприємства за фінансовими показниками та їх результат порівняти з еталонними показниками. Це дає змогу керівникам підприємств виявляти слабкі міста у діяльності підприємства.

#### Література:

1. Герченко А.С. Сутність діагностики фінансового стану підприємства / А.С. Герченко // Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України: II Всеукр. наук.-метод. конф., 10 жовт. 2016 г.: матер. конф. – Харків : ХНАДУ, 2016. – С. 628-631.

2. Котенок Г.М. Діагностика фінансового стану підприємства [Електронний ресурс] / Г.М. Котенок // Коммунальное хозяйство городов. Научно-технический сборник. Серия: Экономические науки – 2009. – № 85. – С.239-247. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/10163>.

3. Количественные методы финансового анализа. Под ред. С. Дж. Брауна и М.П. – М. : Инфра, 1996. – 336 с.

4. Кононенко О. Анализ финансовой отчетности / Кононенко О. – Х. : Издательство Дом “Фактор”, 2015. – 144 с.

5. Раєвнева О.В. Моделювання фінансової діагностики стану підприємства / О.В. Раєвнева, С.О. Степуріна // Економіка і регіон. – 2005. – №3 (6). – С.74-80.

6. Найденко О.Є. Методика діагностики стану внутрішнього середовища підприємства / О.Є. Найденко // Вісник Східноукраїнського нац. ун-ту ім. В. Даля. – 2005. – №2 (84). – С.162-170

7. Котенок Г.М. Діагностика фінансового стану підприємства / Г.М. Котенок // Коммунальное хозяйство городов. Научно-технический сборник. – 2009. – № 85. – С. 239-247

8. Панфілова Т.С. Діагностика фінансового стану підприємства [Електронний ресурс] / Т.С. Панфілова, Е.М. Жук. – Режим доступу: <http://ea.dgtu.donetsk.ua:8080/bitstream>.

9. Карпенко Г.В. Шляхи удосконалення фінансового стану підприємства / Г.В.Карпенко // Економіка та держава. – 2008. – № 12. – С. 61-62.

10. Філімоненков О.С. Фінанси підприємств: підруч. / О.С. Філімоненков, Д.І. Дема. – К. : Алерта, 2009. – 496 с.

## **ЛОГОТИП: ЕГО ВИДЫ И ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА РАЗРАБОТКИ**

*Демченко Ю., Бородинов А.*

*Научный руководитель: Приходько Д.А., к.э.н.*

*Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

Деятельность любой компании начинается с создания фирменного стиля, к основным составляющим которого относится разработка логотипа. Именно эта эмблема демонстрирует принадлежность продукции или услуги к конкретному предприятию, отображает его концепцию и несет в себе определенную смысловую нагрузку [1]. Рассмотрим более детально, что представляет собой логотип, виды логотипов и основные правила их разработки.

Под термином «логотип» подразумевается уникальное изображение, символизирующее полное или сокращенное название компании или предлагаемой ею продукции [2]. Логотип (от др.-греч. Λόγος – слово + τύπος – отпечаток) представляет собой название сущности, которую он идентифицирует, в виде стилизованных букв и/или идеограммы. Логотипы широко применяются в качестве товарных знаков [3].

Можно сказать, что логотип – это графический элемент, который используют предприятия, организации, частные лица для своей идентификации, узнаваемости и распознаваемости в социуме.

Услугу по созданию логотипов предлагают специалисты в области дизайна, умеющие выделить основную отличительную черту предприятия и отразить ее в новом символе, который будет украшать вывески, визитки, фирменные бланки и прочие атрибуты [2].

Логотипов существует огромное количество. Все они могут быть разделены на несколько видов: текстовые, буквенно-цифровые и комбинированные. Текстовые логотипы: представляют собой точное написание имени компании или бренда. При создании используются стандартные или эксклюзивные, специально разработанные для компании, шрифты. Буквенно-цифровые логотипы: здесь одна или несколько букв названия компании играет роль символа; иногда буквы рисуются в виде пиктограммы; возможно использование цифр. Комбинированные логотипы являются самыми распространенными. Такие логотипы получаются путем сочетания перечисленных выше видов логотипов.

У каждой из этих разновидностей логотипов есть свои достоинства и недостатки. И какой вид логотипа использовать в каждом конкретном случае – дело опыта и дизайнерской интуиции. Использование логотипа для идентификации компаний, делает их запоминаемыми и помогает сделать имя компании особенным и привлекательным. К тому же, он отлично подойдет в качестве клейма на товарах компании.