

Новосибирск: СИБПРИНТ, 2012. – С. 269-289.

2. Карпінський Б.А. Державотворчий патріотизм нації: податкова домінанта: монографія / Б.А. Карпінський. – Львів: Колір ПРО, 2016. – 534 с.

3. Карпінський Б.А. Державотворчий патріотизм нації: податкова домінанта інвестиційного зростання: монографія / Б.А. Карпінський. – Львів: Колір ПРО, 2018. – 480 с.

## **ОЦІНЮВАННЯ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО ОТОЧЕННЯ**

*Касатонova I.A., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Теоретичні основи і методи оцінювання ступеня ризику розглянуті у наукових працях багатьох авторів. У загальному плані існуючі методи оцінки ризику можна поділити на статистичні методи оцінки, методи експертних оцінок, використання аналогів і комбіновані методи. Особливий інтерес становить кількісна оцінка ризику за допомогою методів математичної статистики. Головним інструментом даного методу оцінювання є дисперсія, стандартні відхилення, коефіцієнт варіації.

Але у бізнесі не завжди можна розрахувати ризик за допомогою розглянутих вище методів. У зв'язку з цим особливого значення набуває оцінювання ризику на підставі аналізу фінансового стану підприємства. Це метод відносної оцінки ризику, який може використовуватися власником фірми, його акціонерами та партнерами.

В умовах ринкової економіки інформація про фінансовий стан підприємства є необхідною для різних категорій користувачів, найбільш важливими з яких є менеджери підприємницьких фірм, кредитори, потенційні інвестори, акціонери, постачальники.

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке характеризується системою абсолютних і відносних показників, які відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів підприємства. Аналіз даних показників наводить оцінку фінансовій стійкості підприємницької фірми, яка, у свою чергу, є критерієм оцінювання ризику. Необхідно підкреслити, що залежність між фінансовою стійкістю підприємства і ризиком прямо пропорційна: як тільки підприємство стає фінансово хитким, виникає ризик банкрутства [1, с. 248].

Критерії розрізняються залежно від регіональних, галузевих особливостей підприємств та інших факторів. Розрізняють якісні, кількісні та комбіновані критерії [2, с. 62].

Привабливість бізнесу можливо віднести до комбінованого критерію, бо зокрема його кількісного вираження можливо також встановити його якісні характеристики, які виявляються за допомогою факторів зовнішнього оточення.

Привабливість бізнесу – показник, який характеризує ступінь, можливість отримати задовільний ефект від інвестування в бізнес [3, с. 31].

Описується наступними характеристиками: розміром ринку і перспективами росту на ньому; рівнем цін; галузевою нормою прибутку; державними стимулами і заборонами; загальногосподарською кон'єктурою; конкурентними умовами.

За характером впливу всі фактори пропонуємо об'єднати у дві групи: фактори середовища непрямого впливу на підприємство та фактори середовища прямого впливу. Фактори середовища непрямого впливу не залежать від діяльності підприємства, та розвиток бізнесу і бізнес-одиниць ніяк не впливають на них, тоді як фактори середовища прямого впливу залежать від діяльності підприємства і розвиток бізнес-одиниць впливає на них.

М.В. Володькіна вважає, що при оцінюванні невизначеності зовнішнього оточення необхідно враховувати вплив наступних груп факторів [4, с. 58-60]:

1. Фактори (параметри) товарних ринків – це рівень конкуренції та привабливість галузі. Особливе значення при цьому слід приділити врахуванню загроз з боку зовнішнього оточення та появи непередбачуємих подій, тому слід реалізовувати як можливо більше можливостей, особливо тих, які пов'язані з стабільними конкурентними перевагами.

2. Фактори географічного характеру – це віддаленість ринків, підвищення розриву між навантаженням на систему керування та її можливостями.

3. Фактори внутрішнього характеру фірми – це визначення сильних та слабких сторін діяльності фірми, а також її конкурентних можливостей. Аналіз сильних боків компанії дозволяє отримати переваги у конкурентній боротьбі, тоді як слабкі боки додають відтінок ризику на діяльність підприємства.

4. Зовнішні загальні політичні, соціальні і суспільні фактори. Задачами фірми при цьому постають: прояв ділової активності в рамках кордонів, які визначені нормами етики та інтересами суспільства; реагування на соціальні пріоритети суспільства.

Сукупний вплив приведених вище факторів формує той або інший рівень невизначеності зовнішнього оточення. Оцінювання цього рівня виконується на підставі шкали І. Ансоффа (0–5), у зв'язку з якою виконується оцінювання за допомогою екстраполяції, або передбачування змін, відбору стратегічних позицій з використанням гнучких експертних рішень.

### Література:

1. Моїсєєва М.О. Сучасна концепція відносної оцінки ризику / М.О. Моїсєєва, Л.Д. Філімон // Вчені записки Харківського інституту управління. – Х.: ХІУ, 2009. – № 26. – С. 247-250.

2. Іванов І.М. Деякі соціально-економічні аспекти розвитку малого бізнесу в Україні / І.М. Іванов, М.М. Мартинов // Вчені записки: науковий журнал. – № 21. – Х.: ХІУ, 2007. – С. 60-65.

3. Дмитрієв І.А. Формування та оцінювання бізнес-портфеля підприємства автомобільного транспорту: монографія / І.А. Дмитрієв, І.А. Касатонова. – Х.: ХНАДУ, 2010. – 156 с.

4. Володькина М.В. Стратегический менеджмент: учеб. пособ. / М.В. Володькина. – К.: Знание-Прес, 2002. – 152 с.

## **МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК БАЗОВИЙ СТРУКТУРНИЙ ЕЛЕМЕНТ СУЧАСНОЇ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

*Касатанова І.А., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В сучасній економіці органічно співіснують малий, середній та великий бізнес, але на відміну від двох останніх малий бізнес є найбільш чисельним та поширеним сектором економіки.

Щодо суті визначення його, то «малий бізнес – це сукупність малих і середніх підприємств, які прямо не входять ні в одне монопольне об'єднання і виконують підлеглу до монополії роль в економіці» [1, с. 61].

В українській статистиці «малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за рік не перевищує суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні» [2].

Малий бізнес є базовим структурним елементом сучасної ринкової економічної системи, що обумовлено наявністю в нього низки специфічних особливостей, які надають йому перевагу над середнім бізнесом [3, с. 79-80]: має спрощену структуру й внаслідок цього більш низькі витрати виробництва, тому він є одним з найбільш прибуткових секторів економіки; більш пристосований до виробництва унікальних виробів, дешевше і швидше переозброюється технічно, вимагає менших капіталовкладень і забезпечує їх прискорену окупність; розміри малих підприємств дозволяють оперативно ухвалювати й доводити до логічного завершення управлінські рішення, динамічніше реагувати на несприятливі внутрішні і зовнішні впливи, швидко пристосовуватися до змін споживчого попиту, мобільно освоювати виробництво нової продукції; сприяє спеціалізації, звільняє великі підприємства від виробництва дрібносерійної продукції, займається пошуком, доробкою і освоєнням нових виробів, охоче йде на ризик; малі підприємства найчастіше є класичними приватними фірмами, де власник виступає ще й у ролі менеджера, спрацьовує простий і потужний стимулюючий механізм, оскільки отриманий прибуток є доходом керівника підприємства; на малих підприємствах проявляються позитивні результати соціального партнерства, більш довірливі виробничі стосунки, що сприяє швидкому врегулюванню реальних конфліктних ситуацій між власником і працівниками.

Досліджуючи значення бізнесу в активізуванні економічних процесів, З. Верналій відзначає, що функції малого бізнесу «із загальноекономічних позицій полягають не тільки в тому, що він є одним із найважливіших діючих