

- помогает организовать процесс коллективного принятия решения, объединяя специалистов различных областей знаний;
- требует обязательной методики системного анализа;
- исследует процессы целобразования и разработки средств работы с целями;
- в качестве метода использует расчленение большой неопределенности на более обозримые, при сохранении целостного представления об объекте исследования и проблемной ситуации [2].

На основании системного анализа разных дисциплин предложен единый подход к пониманию процессов создания систем, их развитию, самоорганизации, определены общие закономерности систем.

Літ ерат ура:

1. Дрогобыцкий И.Н. Системный анализ в экономике. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА – М, 2009. – 512 с.
2. Волкова В.Н. Теория систем. – М.: Высш. Шк., 2006. – 511 с.

***Петренко І.С., к.е.н. Ковтуненко К.В., д.е.н. Філіппова С.В.***

*Одеський національний політехнічний університет*

### **Методи фінансового аналізу на підприємствах малого бізнесу**

Основною метою фінансового аналізу є одержання певного числа ключових параметрів, що дають об'єктивну оцінку фінансового стану підприємства та результатів його діяльності.

В результаті досліджень теоретичних джерел та власних спостережень були визначені особливості організації фінансового аналізу, найбільш поширені для підприємств малого бізнесу, зокрема: процес проведення фінансового аналізу може відрізнятися за масштабом (менший чим на великих підприємствах); короткий термін проведення фінансового аналізу; відсутність систематичності проведення аналізу; обмежена кількість користувачів результатами фінансового аналізу.

Для вирішення конкретних завдань фінансового аналізу застосовується цілий ряд спеціальних методів, які дозволяють одержати кількісну оцінку окремих аспектів фінансової діяльності як малого так й великого підприємства.

Можна виділити серед них шість основних методів фінансового аналізу:

- горизонтальний аналіз;
- вертикальний аналіз;
- трендовий аналіз;
- метод фінансових коефіцієнтів;
- порівняльний аналіз;
- факторний аналіз (у тому числі аналіз за схемою Дюпон-каскад).

Перед тим як обрати метод проведення аналізу фінансового стану підприємства, потрібно точно визначити вихідну мету аналізу, а також цілі суб'єктів фінансового аналізу, тобто конкретних користувачів фінансової інформації.

**Пройдакова Н.Г., к.е.н. Ковтуненко К.В.**

*Одеський національний політехнічний університет*

## **Методи стратегічного аналізу підприємницької діяльності**

Ринкове середовище зумовлює необхідність застосування стратегічного підходу до системи господарювання на підприємстві. Тому зростає роль сучасних систем оцінювання та інформаційного забезпечення господарської діяльності, які у режимі реального часу дають змогу вирішувати існуючі проблеми розвитку.

Тому при аналізі функціонування підприємства необхідно використовувати методи стратегічного аналізу.

Для стратегічного аналізу найчастіше використовуються методи:

- розрахунково-аналітичні – балансовий, нормативний і інші;
- графоаналітичні – екстраполяційні (трендові), сіткові, регресивно-аналітичні, кореляції, трендів тощо;
- економіко – математичні – лінійного, нелінійного і динамічного програмування, теорії ігор та інші;
- евристичні (побудовані на досвіді дослідників і експертів) - методи експертних оцінок, методи сценаріїв, т.д.

Одною з методик проведення стратегічного аналізу підприємства є використання матричних методів. Вони в основному зводяться до побудови двовимірних матриць (можуть бути і з більшим числом вимірів). На одній з осей двовимірної матриці відкладаються показники оцінки стану або перспектив розвитку ринку, СЗГ (частіше на вертикальній), а на другій - (частіше на горизонтальній) – показники оцінки конкурентоспроможності відповідних стратегічних одиниць бізнесу підприємства. На перетині шукають відповідні стратегії.

При цьому застосовують готові матриці відомих у світі консалтингових фірм, а саме наступні:

1. Матриця Бостонської консалтингової групи дозволяє проаналізувати сектори бізнесу спеціалізованого підприємства або позиції господарських підрозділів диверсифікованої компанії на основі темпів зростання ринку і відносної частки, яку посідає підприємство або його підрозділ на ринку.

2. Модель GE/McKinsey являє собою матрицю, що складається з дев'яти клітинок для відображення і порівняльного аналізу стратегічних позицій і напрямів господарської діяльності організації, для порівняння видів бізнесу розглядаються не тільки такі фактори, як обсяг продажу, прибуток, рентабельність інвестованих коштів і т.п., але й досить суб'єктивні характеристики бізнесу, такі як мінливість частки ринку, технології, стан забезпеченості кадрами тощо.