

УДК 657.37

Дейна Олена

*студентка гр. ЕП 33 спец. 076 «Підприємництво торгівля та біржова діяльність»,  
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки*

*Науковий керівник: Матвійчук І. О. к.е.н.,  
старший викладач кафедри обліку і аудиту*

## **ЗАСТОСУВАННЯ НЕФІНАНСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПРИ АНАЛІЗІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Нефінансові аспекти діяльності підприємства потенційно впливають на його фінансові показники та допомагають отримати більш повне уявлення про стан діяльності підприємства, його ефективність, майбутні перспективи, також ці аспекти є важливим джерелом стратегічного планування результатів діяльності підприємства.

Нефінансова інформація – це будь-які дані, отримані із джерел, відмінних від фінансової звітності або облікових систем підприємства [3]. Отримати нефінансову інформацію можна за допомогою різних джерел – відгуків клієнтів, соціальних мереж, засобів масової інформації, спеціалізованих оглядів, дослідженні окремих ринків, звітів і оглядів від незалежних зовнішніх експертів, опитувань, тестувань клієнтів, спостережень.

Нефінансові показники – це показники, які виражені не в грошовому вимірнику, тобто в немонетарній формі, можуть прирівнювати певні тренди та кореляції, можуть бути кількісними та якісними, порівнюватись з іншими фінансовими та нефінансовими показниками, а також впливати і бути залежними від них [1].

Відповідно до збалансованої системи показників можна виділити такі групи нефінансованих показників:

- 1) фінанси: прибутковість продажу, прибутковість власного капіталу;
- 2) клієнти: частка ринку, кількість повторних звернень, кількість нових клієнтів, прибутковість клієнтів;
- 3) бізнес-процеси: кількість дефектів, тривалість операційного циклу, відсоток доходу від продажу нових продуктів, час налагодження устаткування, втрати через брак та простої;
- 4) навчання та зростання: кількість нових патентів і авторських прав; відсоток даних, отриманих у режимі реального часу, плинність кадрів; час навчання персоналу та підвищення його кваліфікації [3].

Найбільш поширеними нефінансовими показниками є:

- 1) конкурентоспроможність (наприклад, розмір і склад клієнтської бази; частка ринку та її збільшення.)
- 2) рівень активності (наприклад, кількість проданих одиниць; відпрацьовані години; кількість перевезених пасажирів; динаміка та сезонність активності впродовж року.)
- 3) інновації – ідея, новітній продукт в галузі техніки, технології, організації праці, управління, а також у інших сферах наукової та соціальної діяльності, засноване на використанні досягнень науки і передового досвіду. (наприклад, кількість інноваційних продуктів або послуг, виведених на ринок; частка виручки від нових продуктів; рівень технічної експертизи щодо прямих конкурентів.
- 4) якість обслуговування та задоволеність клієнтів. (наприклад, кількість забракованих одиниць; кількість повторних звернень; оцінка рівня обслуговування; кількість скарг або повернень; кількість візитів представників до клієнтів; середній час відповіді на запит клієнта; співвідношення постійних, нових і втрачених клієнтів.)
- 5) репутація компанії. (наприклад, позиція та вартість бренду; частка споживачів, готових прийняти маркетингову пропозицію; рейтинги та позиціонування незалежними експертами) [1].

З кожної із п'яти груп обираємо 2-3 нефінансових показника та об'єднуємо в єдину систему з метою здійснення комплексного аналізу нефінансових показників діяльності доцільно на підприємстві використовувати метод відстаней, що базується на оцінці результатів діяльності порівняно з еталоном до якого прагне підприємство.

Важливість нефінансових показників полягає в тому, що можна завчасно та оперативно зреагувати на зміни і виявити відхилення від планового курсу розвитку. Користуючись нефінансовими показниками, бізнес стає більш орієнтованим на майбутнє. Отже, надзвичайно корисно оперувати нефінансовою інформацією, отриманою на основі аналізу нефінансових показників, яка буде важливим джерелом стратегічного планування та прогнозу результатів діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Білинська Н. І. Нефінансові (негрошові) показники як об'єкт позабалансового обліку [Електронний ресурс] / Наталія Іванівна Білинська – Режим доступу до ресурсу: <http://intkonf.org/bilinska-ne-nefinansovi-negroshovi-pokazniki-yak-obekti-pozabalansovogo-obliku/>.
2. Мельник Ю. М. Проблеми застосування збалансованої системи показників на вітчизняних підприємствах / Ю. М. Мельник, О. С. Савченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 1. – С. 192-203.
3. Москалюк Г.О. Сучасні умови розвитку нефінансової звітності в Україні / Г.О. Москалюк // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи розвитку обліку, контролю та аналізу у контексті євроінтеграції» (5-6 червня 2014 р.). – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 200 с.

УДК 338:240:663

**Куціян Марія-Мірабелла**

*студентка гр. Мен 34 спец. 073 «Менеджмент»,*

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки*

*Науковий керівник: Матвійчук І.О. к.е.н.,*

*старший викладач кафедри обліку і аудиту*

## **АНАЛІЗ ВПЛИВУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ НА СТІЙКІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

Визначення меж економічної стійкості підприємств належить у сучасних умовах до найважливіших економічних проблем в умовах переходу до ринку, тому що недостатня економічна стійкість може призвести до неплатоспроможності підприємств і відсутності коштів для розвитку підприємства, а надлишкова перешкоджатиме розвитку, обтяжуючи витрати підприємства зайвими запасами й резервами.

Власний капітал належить до важливих фінансових показників підприємства, оскільки характеризує забезпеченість коштами для функціонування, кредитоспроможність та платоспроможність підприємства [0]. Власний капітал – це власні джерела підприємства, які без визначення строку повернення внесені засновниками або залишені ними (засновниками) на підприємстві з уже оподаткованого прибутку.

Для аналізу стійкості економічного зростання рекомендується використовувати показник темпу зростання власного капіталу, що визначається як відношення отриманого чистого прибутку до величини власного капіталу. Саме цей показник можна вважати основним з таких причин. Як відомо, збільшення масштабів діяльності підприємства пов'язано з фінансуванням зростання його майна. Це зростання може досягатися як за рахунок власних, так і за рахунок позикових коштів. Але це зростання позикових коштів без адекватного зростання власного капіталу призводить до зниження фінансової стійкості, а, відповідно, і до припинення фінансування. Можливості для фінансування за допомогою додаткових емісій не безмежні. Крім того, додаткові емісії можуть призвести до втрати