

7. Korovkina, N.L., Trushkina, E.P. (2010). Developing of a IT-project management maturity quantitative estimation model. *Biznes-informatika [Business Informatics]*, vol. 4, pp. 12-20 (in Russ.).
8. Kerzner, H. (2003). *Strategicheskoe planirovanie dlja upravlenija proektami s ispol'zovaniem modeli zrelosti* [Strategic planning for project management using a project management maturity model]. Moscow, 320 p. (in Russ.).
9. Ibbs, William C., Kwak, Hoon Y. (2014). Assessing of project management processes maturity. Portal iTeam: Corporate management technologies. Available at: http://www.iteam.ru/publications/project/section_35/article_2607/ (Accessed 29 March 2014) (in Russ.).
10. Archibald, R. (2004). *Upravlenie vysokotekhnologichnymi programmami i proektami* [Managing high-technology programs and projects], 3rd ed. Edited by Bazhenova A.D., Aref'eva A.O. IT Co., Moscow, 472 p. (in Russ.).
11. Chui, K. Organizational Project Management Maturity Model (OPM3). Project Management Institute Hong Kong Chapter, 49 p. Available at: http://www.knowledgecentury.com/download/OPM3_050607_HKCS.pdf (Accessed 29 March 2014).
12. Funtov, V.N. (2009). *Upravlenie proektami razvitija firmy: teorija i praktika* [Management of the company development project: theory and practice]. Piter, Saint Petersburg, 496 p. (in Russ.).
13. Paulk, M.C., Curtis, B., Chrissis, M.B., Weber, C.V. (1993). Capability Maturity Model for Software, Version 1.1: Technical Report. Carnegie Mellon University. Software Engineering Institute, USA, 91 p. Available at: http://faculty.ksu.edu.sa/ghazy/CSC548_Sample2/tr24.93.pdf (Accessed 29 March 2014).
14. Sowden, R., Hinley, D., Clarke, S. (2013). Portfolio, Programme and Project Management Maturity Model (P3M3). Introduction and Guide to P3M3. AXELOS Limited, UK, 17 p.
15. Official web-site of PRINCE2 (Projects in controlled environments). Available at: <http://www.prince-officialsite.com/> (Accessed 29 March 2014).
16. Anyshin, V.M., Il'ina, O.N. (2010). *Issledovanie metodologii ocenki i analiz zrelosti upravlenija portfeljami proektov v rossijskikh kompanijah* [Investigation of estimates methodology and analysis of projects portfolio management maturity in Russian companies]. INFRA-M, Moscow, 200 p. (in Russ.).
17. Official web-site of CMMI Institute (Capability Maturity Model Integration). Available at: <http://cmmiinstitute.com/> (Accessed 29 March 2014).
18. Starinskaja, A. (2011). Maturity evaluation: first rating. *Investgazeta [Investnewspaper]*, vol. 45, 28.11:04.12, pp. 44-46 (in Russ.).
19. *Top-10 best companies of project management in 2013*, Official web-site of consulting company «Spider management technology Ukraine». Available at: http://spiderproject.com.ua/company/news/7369/?sphrase_id=604256 (Accessed 29 March 2014) (in Russ.).
20. *A Guide to the Project Management Body of Knowledge* (2013), 5th edition. Project Management Institute, USA. Available at: <http://sitisunarsih.files.wordpress.com/2013/12/project-management-body-of-knowledge-pmbok-guide-5th-ed.pdf> (Accessed 29 March 2014).
21. Wysocki, R K. (2004). *Project Management Process Improvement*. AMACOM Books, Norwood, 250 p.
22. Dotsenko, O.S. (2010). *Praktykum z zahal'noi teorii statystyky* [Practicum of the general theory of statistics]. Sevastopol National Technical University, Sevastopol, 204 p. (in Ukr.).

УДК 338.83+339

Б.В. Сидяга, к.е.н.,
Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя,
В.О. Ониськів,
Тернопільський національний економічний університет,
м. Тернопіль

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ КОМЕРЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація

У статті розглянуто основні проблеми управління формуванням та використанням прибутку, досліджено ефективну дивідендну політику комерційних підприємств. Зазначено, що дивідендна політика відіграє значну роль у реалізації фінансової стратегії підприємства. Наголошено також на тому, що основною метою розподілу прибутку комерційного підприємства є забезпечення

необхідної пропорційності між поточним його споживанням і нагромадженням для виробничого розвитку. У статті сформовано послідовність ефективної дивідендної політики підприємства. Авторами відзначено й те, що для оцінки ефективності дивідендної політики використовується показник суми дивідендів у розрахунку на одиницю капіталізованого прибутку. Щодо ефективності капіталізації прибутку, то вона може бути оцінена шляхом порівняння фактичної рентабельності власного капіталу із середньою ставкою депозитного відсотка на грошовому ринку.

Ключові слова: прибуток, податок, дивідендна політика, стратегія, акціонерний капітал, акція.

Б.В. Сидяга, к.э.н.,

Тернопольский национальный технический университет им. И.Пулюя,

В.О. Ониськив,

Тернопольский национальный экономический университет, г. Тернополь

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИБЫЛИ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация

В статье рассмотрены основные проблемы управления формированием и использованием прибыли, исследована эффективную дивидендную политику коммерческих предприятий. Отмечено, что дивидендная политика играет значительную роль в реализации финансовой стратегии предприятия. Сделан акцент на том, что основной целью распределения прибыли коммерческого предприятия является обеспечение необходимой пропорциональности между текущим его потреблением и накоплением для производственного развития. В статье сформирована последовательность эффективной дивидендной политики предприятия. Авторами отмечено и то, что для оценки эффективности дивидендной политики используется показатель суммы дивидендов в расчете на единицу капитализированной прибыли. Эффективность капитализации прибыли может быть оценена путем сравнения фактической рентабельности собственного капитала со средней ставкой депозитного процента на денежном рынке.

Ключевые слова: прибыль, налог, дивидендная политика, стратегия, акционерный капитал, акция.

Bogdan V. Sydyaha, Candidate of Economic Sciences,
Ternopil Ivan Puluj National Technical University.

Vitaliy O. Onyskiw,

Ternopil National Economic University, Ternopil

PROBLEMS OF FORMATION AND USAGE OF COMMERCIAL ENTERPRISES PROFIT

Annotation

The basic problems of management of income forming and usage, effective dividend policy of commercial enterprises are considered. It is noted, that the effective dividend policy of commercial enterprises plays a significant role in financial strategy implementation. It is also emphasized that the primary purpose of business profits distribution is to provide the necessary proportionality between current consumption and its accumulation for industrial development. A sequence of effective dividend policy of the company is formed in the article. The authors also noted that to evaluate the effectiveness of dividend policy the indicator of the amount of dividend per unit of capitalized profits is used. The effectiveness of profits capitalization can be estimated by comparing the actual return on equity at an average rate of deposit interest on the money market.

Keywords: income tax, dividend policy, strategy, equity, shares.

Постановка проблеми. Функціонування комерційних підприємств супроводжується безперервним оборотом коштів, який здійснюється у вигляді витрат на сировину, виробництво, логістику, збут та післяпродажне обслуговування продукції і, як наслідок, – одержання доходу. Обсяг одержаного доходу значною мірою залежить від якості управлінських рішень щодо використання отриманого прибутку. Прибуток для комерційної організації – основне фінансове джерело для розвитку як техніко-технологічного забезпечення, так і науково-технічного удосконалення матеріальної бази підприємства чи його продукції. Тому, приймаючи відповідні рішення щодо прибутку від комерційної діяльності підприємства, управлінці організації повинні завжди оцінювати базові напрямки першочергових вкладень фінансових ресурсів, виходячи з фінансового стану підприємства, рівня його матеріально-технічної бази, соціального розвитку персоналу та можливостей прибуткового розміщення коштів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам сутності прибутку підприємства присвячено значну кількість праць як зарубіжних, так і українських дослідників, зокрема: Г. М. Азаренкової, М. М. Алексеєва, І. О. Бланка, М. М. Бердара, А. М. Бортника, Е. Ф. Брігхема, Т. М. Журавля, М. Я. Коробова, О. О. Орлова, А. М. Поддєрьогіна, О. Тулай, В. І. Кузь, Р. М. Михайленка, О. В. Хмелевського, Л. П. Дядечка, Т. О. Кірсанової, Я. О. Панасюк та ін. Однак деякі аспекти щодо формування та використання прибутку комерційних підприємств залишаються дискусійними та потребують подальшої розробки.

Метою даної статті є дослідження сутності формування та використання прибутку комерційних підприємств, а також виокремлення чинників, що впливають на його рівень.

Виклад основного матеріалу. Суть проблеми підвищення прибутковості полягає в тому, щоб на кожну одиницю ресурсів – трудових, матеріальних і фінансових – досягти максимально можливого збільшення доходу та прибутку. Виходячи з цього, єдиним макроекономічним критерієм ефективності діяльності стає зростання продуктивності суспільної праці. Кількісна визначеність і зміст відображаються в конкретних показниках ефективності виробничо-господарської та іншої діяльності суб'єктів господарювання [2, с. 67; 8, с. 8].

Чинне законодавство України передбачає першочерговим обов'язком кожного суб'єкта підприємницької діяльності внесення до державного бюджету таких видів податків: податку на прибуток, податку на нерухоме майно, штрафу, пені, інших обов'язкових платежів. Прибуток, що залишається після сплати перелічених податків, надходить у повне розпорядження підприємства, тобто є чистим прибутком. Основні напрямки

використання чистого прибутку: виробничо-технічний розвиток підприємства, соціальний розвиток, матеріальне заохочення, включаючи виплату дивідендів в акціонерних товариствах[1, с. 32].

Комерційне підприємство в нових умовах оподаткування прибутку зацікавлене в тому, щоб його прибуток, визначений з метою оподаткування, був якомога меншим. Тому в процесі аналізу виявляються причини, які призвели до штучного завищення валових доходів і зниження валових витрат і, отже, зростання оподатковуваного прибутку та податку на прибуток [5, с. 57].

Розподіл прибутку в акціонерному товаристві є найбільш складним його варіантом, і саме тому його обрано для розгляду всіх аспектів цього процесу. В більш широкому трактуванні під терміном «дивідендна політика» можна розуміти принципи і методи визначення частки прибутку, сплаченої власнику капіталу відповідно до його внеску в загальний обсяг власного капіталу підприємства.

Дивідендна політика відіграє велику роль у реалізації фінансової стратегії підприємства. Вона впливає на рівень добробуту інвесторів у поточному періоді; визначає розміри формування власних фінансових ресурсів, а відповідно, і темпи виробничого розвитку підприємства на основі самофінансування; впливає на фінансову стійкість підприємства, на вартість використовуваного капіталу і ринкову вартість акцій підприємства.

В той же час формування дивідендної політики є одним з найбільш складних завдань фінансового менеджменту. Вона покликана відбивати вимоги фінансової стратегії з підвищення ринкової вартості підприємства, інвестиційної політики, політики формування власних фінансових ресурсів і деяких інших аспектів фінансової діяльності. Крім того, в процесі формування дивідендної політики підприємствам необхідно враховувати дві прямо протилежні економічні мотивації інвесторів – одержання високих поточних доходів або значне збільшення їх доходів у перспективному періоді [1, с. 53].

Показник, в якому дивідендна політика підприємства одержує своє конкретне втілення, є коефіцієнтом дивідендних виплат[3, с. 328]. Він розраховується за формулою 1:

$$K_{ос} = \frac{Д}{ЧП} = \frac{Д_a}{Ч_{na}}, \quad (1)$$

де $K_{ос}$ – коефіцієнт дивідендних виплат;

$Д$ – сума чистого прибутку, що спрямовується на сплату дивідендів;

$ЧП$ – загальна сума чистого прибутку підприємства;

$Д_a$ – сума дивідендів, сплачених на одну акцію;

$Ч_{nd}$ – сума чистого прибутку, що припадає на одну акцію.

Основною метою розподілу прибутку комерційного підприємства є забезпечення необхідної пропорційності між поточним його споживанням і нагромадженням для виробничого розвитку. Відповідно, метою дивідендної політики є оптимізація пропорцій між поточними виплатами дивідендів і забезпеченням зростання ринкової вартості акцій підприємства у майбутньому періоді за рахунок капіталізації частини прибутку [7, с. 154].

Виходячи з цієї мети, поняття дивідендної політики може бути сформульоване таким чином: дивідендна політика підприємства – це складова частина загальної фінансової стратегії і політики формування власних фінансових ресурсів, що полягає в оптимізації пропорцій між частинами прибутку, що споживається і капіталізується, з метою забезпечення зростання ринкової вартості акцій.

Формування ефективної дивідендної політики комерційного підприємства передбачає наступні кроки:

- 1) врахування основних чинників, що визначають передумови формування дивідендної політики підприємства;
- 2) вибір типу дивідендної політики відповідно до фінансової стратегії підприємства;
- 3) розробку механізму розподілу прибутку відповідно до обраного типу дивідендної політики;
- 4) оцінку ефективності дивідендної політики [2; 6; 10].

Отже, у процесі формування дивідендної політики комерційного підприємства необхідно врахувати значну кількість чинників, що визначають її кінцеві параметри. У практиці фінансової діяльності ці чинники прийнято поділяти на такі групи:

I. Чинники, що характеризують інвестиційні можливості підприємства. До основних чинників цієї групи відносяться:

- стадія життєвого циклу підприємства;
- ступінь готовності окремих інвестиційних проектів з високим рівнем ефективності;
- можливість впливу на інтенсивність інвестиційного процесу.

II. Чинники, що характеризують можливості формування капіталу з альтернативних джерел. У цій групі основними чинниками є:

- достатність резервів власних фінансових ресурсів, сформованих у попередньому періоді;
- вартість залучення додаткового акціонерного капіталу;
- вартість залучення додаткового позикового капіталу;
- доступність позикових засобів на фінансовому ринку;
- складність залучення позикових коштів у зв'язку з низьким рівнем платоспроможності і фінансової стійкості підприємства.

III. Чинники, що пов'язані з об'єктивними обмеженнями. До них відносяться:

- рівень оподатковування дивідендів;
- рівень оподатковування майна підприємства;
- досягнутий ефект фінансового левериджу, обумовлений його диференціалом;
- фактичний розмір прибутку і рівень рентабельності власного капіталу.

IV. Інші чинники. Серед них можуть бути виділені:

- кон'юнктурний цикл (у період підйому кон'юнктури ефективність капіталізації прибутку значно зростає);
- рівень дивідендних виплат підприємствами-конкурентами;
- невідкладність платежів по раніше отриманих кредитах (підтримка платоспроможності є більш пріоритетним завданням порівняно зі збільшенням дивідендних виплат);
- можливість втрати контролю над управлінням (низький рівень дивідендів може призвести до істотного зниження ринкової вартості акцій і їх масовому «скиданню» акціонерами, що збільшує ризик фінансового захоплення підприємства конкурентами).

Оцінка цих чинників дозволяє визначити передумови формування того чи іншого типу дивідендної політики підприємства.

Щодо дивідендної політики відповідно до фінансової стратегії підприємства, то на нашу думку, обрана фінансова стратегія та оцінка окремих чинників, що визначають формування дивідендної політики, дозволяють обґрунтувати вибір конкретного типу даної політики на найближчий перспективний період.

З позиції американських авторів, оптимальна дивідендна політика – це «міцний кулак» для керівників фінансами підприємства. Основна складність полягає в необхідності поєднання мотивацій: прагнення акціонерів одержати максимально високі дивіденди на звичайні акції й одночасно домогтися мінімальних витрат при їхньому залученні.

На дану тему відбуваються дискусії, формуються протилежні концепції, що конкурують між собою. В розвитку теорії дивідендної політики значну роль відіграє концепція М. Міллера та Ф. Модільяні. Вона виходить з того, що вартість капіталу не залежить від його структури і рішення про нові інвестиції (куди і скільки вкладати капіталу) не зумовлене тією політикою, яку проводить корпорація щодо дивідендів. Вартість корпорації визначається грошовими потоками, одержаними в результаті інвестицій. Якщо частину прибутку корпорація не розподілила у вигляді дивідендів, а інвестувала в нові проекти, то в майбутньому прибуток корпорації збільшиться. Зміцнення

економічного становища фірми призведе до того, що її акції на фінансовому ринку будуть котируватися за високою ціною. Таким чином, майбутній прибуток збільшує вартість звичайних акцій і, відповідно, капітал акціонерів [11].

Можливий інший варіант прийняття рішень, пов'язаних із фінансуванням інвестицій. У разі недостатності нерозподіленого прибутку та інших внутрішніх джерел для фінансування нового проекту адміністрація фірми вирішує збільшити оплачений капітал, тобто емітувати нові акції. Нові капіталовкладення принесуть додатковий прибуток, вартість фірми зростає. Однак випуск додаткових акцій призвів до того, що дохід і дивіденд на одну акцію знизилася. Це може спонукати деяких акціонерів компанії продати свої акції. У цьому випадку вони продали б свій майбутній приріст капіталу за негайно одержуваний дивіденд.

З'являються ускладнені концепції дивідендної політики з врахуванням в них податкової політики. Справа в тому, що податкові ставки і пільги диференційовані за групами доходів та об'єктів. Деякі інвестори, які купують акції, наприклад пенсійні фонди, не сплачують особистих податків, тоді як індивідуальні інвестори їх виплачують за диференційованими залежно від рівня доходу ставками. Це ускладнюється ще тим, що дивіденди оподатковуються за вищими ставками, ніж приріст капіталу.

Оптимальна дивідендна політика – якщо фірма не виплачує дивіденди, то загальний дохід інвесторів є функцією дивідендних платежів. Дохід і дивіденд на акцію збігаються. Після сплати податків на приріст капіталу дохід скорочується.

У фінансовій літературі констатується, що, незважаючи на різні теорії дивідендної політики, компанії щороку сплачують дивіденди. У середині 50-х років Дж. Лінтнер провів дослідження, в результаті якого виявилася тенденція надання переваги акціонерами стабільній дивідендній політиці. Було зазначено, що керівники корпорацій збільшують дивіденди за наявності будь-якої перспективи зростання майбутніх грошових потоків. Скорочення дивідендних виплат відбувається головним чином за надзвичайних обставин. Таким чином, практика не дає досить повної відповіді на запитання, яка з теорій дивідендної політики найраціональніша [9, с. 140; 10, с. 259].

Щодо механізму розподілу прибутку відповідно до обраного типу дивідендної політики, то він передбачає певну послідовність, а саме:

а) із суми чистого прибутку віднімаються обов'язкові відрахування в резервний та інші обов'язкові фонди спеціального призначення;

б) з частини чистого прибутку, що залишився, віднімаються кошти, що направляються на повернення раніше отриманих позик, викуп облігацій і виплату дивідендів по акціях. Знайдена сума чистого прибутку і представляє

собою межі, в рамках яких реалізується відповідний тип дивідендної політики;

в) частина чистого прибутку, що залишилася, розподіляється на цілі виробничого розвитку і споживання;

г) сформований за рахунок прибутку фонд споживання розподіляється на виплати дивідендів і споживання персоналу підприємства. Основою такого розподілу є обраний тип дивідендної політики і зобов'язання підприємства по колективному трудовому договору;

д) визначається коефіцієнт дивідендних виплат за результатами реалізації дивідендної політики у звітному періоді.

Для оцінки ефективності дивідендної політики використовується показник суми дивідендів у розрахунку на одиницю капіталізованого прибутку. Він дозволяє визначити співвідношення суми дивідендних виплат і суми капіталізованого прибутку. Ефективність капіталізації прибутку може бути оцінена шляхом порівняння фактичної рентабельності власного капіталу із середньою ставкою депозитного відсотка на грошовому ринку.

Висновки. Розвиток ринкових відносин в економіці України потребує нових підходів до управління формуванням і розподілом прибутку. Тому й саме визначення прибутку зазнає певних змін. Не дивно, що в сучасних умовах серед вітчизняних та закордонних існують різні точки зору на це поняття. Прибуток як економічна категорія відображає кінцеву грошову оцінку виробничої та фінансової діяльності і є найважливішим показником фінансових результатів підприємницьких структур, їх фінансового стану. У загальному вигляді прибуток – це різниця між доходами від певної діяльності й витратам на її здійснення. Він сигналізує про необхідність заходів щодо зменшення собівартості продукції, нарощування обсягів виробництва і реалізації, розширення асортименту виготовлюваних товарів, доцільність змін у ціновій політиці. Він є визначальним критерієм ефективності господарювання.

Подальші наші дослідження даної проблематики будуть спрямовані на аналіз зарубіжної практики формування та використання прибутку комерційними підприємствами.

Список використаних джерел:

1. Азаренкова Г. М. Фінанси підприємств : навч. посібник / Г. М. Азаренкова, Т. М. Журавель, Р. М. Михайленко. – 3-тє вид., виправл. і доп. – К. : Знання-Прес, 2009. – 299 с.
2. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы : учеб.-метод. пособие / М. М. Алексеева. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 248 с.
3. Бердар М. М. Фінанси підприємства : навч. посіб. / М. М. Бердар. – К. ; ЦУЛ, 2010. – 352 с.
4. Бланк И. А. Финансовый менеджмент / И. А. Бланк. – К. : Ника – Центр, 1999. – 528 с.
5. Бортник А. М. Формування ефективної системи бізнес-процесів підприємства в сучасних умовах господарювання / А. М. Бортник // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 18. – С. 56–59.
6. Брігхем Е. Ф. Основи фінансового менеджменту / Е. Ф. Брігхем. – К., 1997. – 998 с.

7. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств : навч. посіб. / М. Я. Коробов. – К. : Знання, 2000. – 378 с.
8. Орлов О. О. Планування прибутку підприємств в умовах ринкової економіки : монографія / О. О. Орлов, Є. Г. Рясних, Н. І. Гавловська. – Хмельницький : ХНУ, 2009. – 155 с.
9. Тулай О. Прибуток підприємства: теоретико-прагматичні аспекти / О. Тулай, М. Тріпак // Світ фінансів. – 2010. – № 4. – С. 138–149.
10. Фінанси підприємств : підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогіна. – [3-тє вид., перероб. і доп.]. – К. : КНЕУ, 2000. – 460 с.
11. Хмелевський О. В. Оцінка прибутковості промислових підприємств : монографія / О. В. Хмелевський. – Хмельницький : Поліграфіст, 2011. – 202 с.

References:

1. Azarenkov, G.M., Crane, T.M., Mikhaylenko, R.M. (2009). *Finansy pidpriemstv* [Finance Companies], 3rd ed. Knowledge Press, Kyiv, 299 p. (in Ukr.).
2. Alekseeva, N. (2007). *Planirovanie dejatel'nosti firmy* [Planning firm activity]. Finance and Statistics, Moscow, 248 p. (in Russ.).
3. Berdar, M.M. (2010). *Finansy pidpriemstva* [Finance companies]. TSUL, Kyiv, 352 p. (in Ukr.).
4. Blank, I.A. (1999). *Fynansovyy menedzhement* [Financial menedzhement]. Nika-Center, Kyiv, 528 p. (in Russ.).
5. Bortnyk, A.M. (2009). Creating an effective system of business-processes of the enterprise in the contemporary economy. *Investytsii: praktyka ta dosvid* [Investment: Practice and Experience], vol. 18, pp. 56–59 (in Ukr.).
6. Brigham, E.F. (1997). *Osnovy finansovoho menedzhmentu* [Fundamentals of Financial Management]. Kyiv, 998 p. (in Ukr.).
7. Korobov, M.J. (2000). *Finansovo-ekonomichnyj analiz dial'nosti pidpriemstv* [The financial-economic analysis of enterprises]. "Knowledge", Kyiv, 378 p. (in Ukr.).
8. Orlov, A.A., Ryasnyh, Ye.H., Havlovska, N.I. (2009). *Planuvannya prybutku pidpriemstv v umovakh rynkovoї ekonomiky* [Planning for profit enterprises in a market economy]. KNU, Khmel'nitsky, 155 p. (in Ukr.).
9. Tulaj, O., Tripak, M. (2010). Profits of an enterprise: theoretical-pragmatic aspects. *Svit finansiv* [The world of finance], vol. 4, pp. 138–149 (in Ukr.).
10. Poddyerohin, A. (Ed.) (2000). *Finansy pidpriemstva* [Finance Companies], 3 rd ed. Kyiv. nat. torh.-economical. University, Kyiv, 460 p. (in Ukr.).
11. Khmelevskiy, O. (2011). *Otsinka prybutkovosti promyslovykh pidpriemstv* [Evaluation of profitability of industrial enterprises]. Khmel'nitsky, 202 p. (in Ukr.).

УДК 338.585:69.003

К.О. Спірідонова, к.е.н.,

ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури», м. Дніпропетровськ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АУТСОРСИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Анотація

Стаття присвячена аналізу теоретичних аспектів аутсорсингу. Згідно з тлумаченнями терміна «аутсорсинг» різними науковцями відокремлено три підходи до його визначення: функціональний, вартісно-орієнтований, комплексний, вивчено їх основні характеристики та недоліки. Наведено авторське визначення аутсорсингу як механізму використання зовнішніх ресурсів для реалізації окремих бізнес-процесів та (або) робіт підприємства, які цілеспрямовано були обрані на основі визначення економічної доцільності, забезпечуючи при цьому, порівняно з власними силами, більш ефективне та якісне їх виконання. Проаналізовано основні переваги та недоліки, які властиві аутсорсингу як елементу управління підприємством, з поділом на економічні, управлінські та техніко-технологічні. Особлива увага приділяється визначенню причин застосування аутсорсингу, серед яких найважливішими є перерозподіл постійних та змінних витрат, більш ефективне здійснення функцій, вивільнення і перерозподіл ресурсів.