

Олександр Анатолійович НАДВИНИЧНИЙ

аспірант кафедри економічного аналізу і статистики,
Тернопільський національний економічний університет
вул. Миру, 9/45, м. Тернопіль, 46001, Україна
E-mail: nadvin_o@mail.ru

**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ ДІАГНОСТИЧНОЇ ФУНКЦІЇ В АНАЛІЗІ
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Надвиничний, О. А. Теоретичні основи застосування діагностичної функції в аналізі маркетингової діяльності підприємства [Текст] / Олександр Анатолійович Надвиничний // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 16. – № 2. – С. 132-137. – ISSN 1993-0259.

Анотація

У статті зазначено, що реалізація діагностичної функції сприяє виявленню резервів та можливостей удосконалення бізнес-процесів, формуванню підходів для подолання проблем і їх попередженню. Діагностична функція економічного аналізу підприємства може широко застосовуватись для успішного розвитку останнього в ринковому середовищі, вона стає дедалі актуальнішою із розвитком ринкових відносин, через ускладнення і вразливість економічного механізму, розширення внутрішньовиробничих та зовнішніх зв'язків, посилення комерційного ризику. Розглянуто підходи до визначення специфіки вияву діагностичної функції економічного аналізу для основних видів діяльності промислових підприємств з метою подолання неоднозначності в їх трактуванні. Удосконалено теоретичні основи реалізації діагностичної функції аналізу в частині аналізу маркетингової діяльності підприємств-виробників віконних профілів для підвищення їх ефективності за несприятливих ринкових умов. Водночас діагностична функція спрямована на виявлення проблем і встановлення причинно-наслідкових змін у показниках ефективності бізнес-процесів. Проведений аналіз тлумачень діагностичного аналізу (економічної діагностики), їх цільового спрямування, предмета й об'єкта дає підґрунтя для визнання існуючих понять «економічна діагностика», «бізнес-діагностика», «діагностика економічної системи» та «діагностичний аналіз» реалізацією діагностичної функції економічного аналізу підприємства задля формування єдиного підходу до трактування цих понять для вирішення актуальних проблем теорії економічного аналізу.

Ключові слова: економічний аналіз; діагностична функція; діагностичний аналіз; економічна діагностика; маркетингова діяльність; аналіз маркетингової діяльності.

Александр Анатолиевич НАДВИНИЧНЫЙ

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ДИАГНОСТИЧЕСКОЙ ФУНКЦИИ В
АНАЛИЗЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Аннотация

В статье отмечено, что реализация диагностической функции способствует выявлению резервов и возможностей усовершенствования бизнес-процессов, формированию подходов для преодоления проблем и их предупреждению. Диагностическая функция экономического анализа предприятия может широко применяться для успешного развития предприятия в рыночной среде, она становится все актуальнее в меру развития рыночных отношений, осложнения и уязвимость экономического механизма, расширения внутрипроизводственных и внешних связей, усиления коммерческого риска. Рассмотрены подходы к определению специфики проявления диагностической функции экономического анализа для основных видов деятельности промышленных предприятий с целью преодоления неоднозначности в их трактовке. Усовершенствованы теоретические основы реализации диагностической функции анализа в части анализа маркетинговой деятельности предприятий-производителей оконных профилей для повышения их эффективности при неблагоприятных рыночных условиях. В то же время диагностическая функция направлена на выявление проблем и установление причинно-следственных изменений в показателях эффективности бизнес-процессов. Проведен анализ толкований диагностического анализа

(экономической диагностики), их целевого направления, предмета и объекта, дает почву для признания существующих понятий «экономическая диагностика», «бизнес-диагностика», «диагностика экономической системы» и «диагностический анализ», реализацией диагностической функции экономического анализа предприятия ради формирования единственного подхода к трактовке этих понятий для решения актуальных проблем теории экономического анализа.

Ключевые слова: экономический анализ; диагностическая функция; диагностический анализ; экономическая диагностика; маркетинговая деятельность; анализ маркетинговой деятельности.

Oleksandr Anatoliyovych NADVYNCHNYI

PhD Student,
Department of Economic Analysis and Statistics,
Ternopil National Economic University,
Myru str., 9/45, Ternopil, 46001, Ukraine
E-mail: nadvin_o@mail.ru

THEORETICAL BASES OF APPLICATION OF DIAGNOSTIC FUNCTION IN ANALYSIS OF MARKETING ACTIVITY OF ENTERPRISE

Abstract

The realization of diagnostic function contributes to the identification of reserves and possibilities of improvement of business processes, formation of approaches for problem overcoming and their warning. The diagnostic function of economic analysis of enterprise can be widely used for successful development of enterprise in a market environment. It becomes more actual in the conditions of extent market relations development, complication and vulnerability of economic mechanism, expansion of manufacturing and external connections, strengthening of commercial risk. Approaches for determination of specific of display of economic analysis diagnostic function for the basic types of industrial enterprises activity with the purpose of ambiguousness overcoming in their interpretation are defined. Theoretical bases of realization of diagnostic function of analysis in part of analysis of marketing activity of enterprises-producers of window types for the increase of their efficiency at unfavorable market conditions are improved. A diagnostic function is directed on the identification of problems and establishment of result changes in the indexes of efficiency of business process. The analysis of interpretations of diagnostic analysis (economic diagnostics), their intended direction, subject and object are conducted. It allows to admit the existence of concepts "economic diagnostics", "business diagnostics", "diagnostics of the economic system" and "diagnostic analysis", by realization of diagnostic function of enterprise economic analysis in order to form the unique approach to the interpretation of these concepts for the decision of important issues of economic analysis theory.

Keywords: economic analysis; diagnostic function; diagnostic analysis; economic diagnostics; marketing activity; analysis of marketing activity.

JEL classification: M31, L25, O12

Вступ

Підвищення ефективності діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання та її адаптація до нових економічних умов забезпечується розвитком інформаційних можливостей економічного аналізу на основі комплексної реалізації його функцій у господарських процесах підприємства. Передумовами удосконалення організаційно-методичних складових економічного аналізу є розширення його функціональної спрямованості, особливо в частині аналізу маркетингової діяльності, як основи формування антикризової політики підприємств, розвитку їх конкурентних переваг та зміцнення ринкової позиції.

Проблеми адаптації організації і методики економічного аналізу до сучасних умов господарювання досліджувалися у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як С. Б. Барнгольц, І. Д. Лазаришина, О. В. Олійник, І. М. Парасій-Вергуненко, М. Г. Чумаченко, А. Д. Шеремет, С. І. Шкарабан та інших. Основи реалізації діагностичної функції економічного аналізу в частині економічного аналізу маркетингової діяльності підприємств розкрито у працях таких вітчизняних та зарубіжних дослідників: Т. Є. Дерев'янченко, А. П. Калініна, І. І. Мазурова, Л. М. Крепкий, Г. В. Савицька, О. А. Степаненко, Е. М. Трененков, О. Є. Шапран.

Мета статті

В умовах рецесії особливого значення набуває економічний аналіз маркетингової діяльності, яка у виробників віконних профілів є ключовою складовою процесу формування та реалізації стратегії

господарської діяльності. Результати економічного аналізу маркетингової діяльності підприємства застосовуються при виборі шляхів оптимізації служби маркетингу, розробці і впровадженні заходів для збільшення ринкової частки, збільшення обсягів реалізації продукції, виручки та прибутку, для формування нових підходів щодо збереження дистрибуторської мережі і залучення нових споживачів.

Вивчення досвіду проведення економічного аналізу підприємств України дало змогу виявити недостатність організаційно-методичного забезпечення економічного аналізу маркетингової діяльності, що виявляється в зменшенні обсягів реалізації продукції, виручки та прибутку. Переважно, це пов'язано з відсутністю розроблених методик його проведення, науково обґрунтованих підходів до його застосування в практичній діяльності підприємств. Таким чином, актуальність проблем економічного аналізу маркетингової діяльності зумовила вибір теми роботи, її мету, завдання і предмет дослідження.

Метою статті є обґрунтування теоретичних основи застосування діагностичної функції в аналізі маркетингової діяльності промислових підприємств.

У статті основну увагу зосереджено на вивченні реалізації діагностичної функції економічного аналізу на мікроекономічному рівні. Вважаємо, що в контексті адаптації управління до умов світової кризи та її наслідків все більшої актуальності набувають проблеми розвитку діагностичної функції економічного аналізу для своєчасної адаптації цілей, стратегії підприємства, його організаційних характеристик, структури і функцій до змін у ринковому середовищі. Це пов'язано зі спрямування реалізації цієї функції на встановлення чіткого причинно-наслідкового зв'язку між проблемами підприємства та їх причинами для попередження негативних наслідків.

Виклад основного матеріалу дослідження

В економічному лексиконі власників підприємств і керівників термін «проблема» зустрічається у контексті процесу її виявлення – діагностики. Як для живого організму, так і для організму підприємства, діагностика – це реальна можливість своєчасно визначитись з конкретними заходами загального поліпшення функціонування системи та підтримки її подальшої життєдіяльності. Саме поняття «проблема» (від грец. – завдання, задача) означає особливий різновид питання, відповідь на яке не дає набутий досвід та отримані знання, – як результат, для її подолання існує потреба в додаткових теоретичних знаннях та практичних навичках. Вважаємо, що проблема – це усвідомлення необхідності в новому пізнанні дійсності, в якому перебуває об'єкт діагностування.

Проблема ініціює появу в господарському житті проблемної ситуації, під якою розуміємо:

- ситуацію, яка є протиріччям, не має однозначного вирішення у відповідних обставинах та умовах, що склалися в діяльності індивіда або групи, економічної системи різного рівня складності;
- психологічну модель мислення, сформовану пізнавальними потребами, що ситуативно виникають.

До проблемних ситуацій підприємства відносяться такі, що є протиріччям та не мають однозначного вирішення в ринкових умовах, що склалися. Подолання будь-якої проблемної ситуації розпочинається з виявлення ключової проблеми та причини її виникнення. Загалом присутність виявлених і невиявлених проблем може призвести до зниження ефективності управлінських рішень, що негативно відобразиться на економічних показниках підприємства, призведе до зменшення адаптивності до ринкових змін. Реалізація адаптаційних дій можлива тільки на основі знань про стан внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, проблеми, які заважають досягти поставлених цілей.

Власники підприємств постійно стикаються із ситуацією, коли управлінці різних рівнів не тільки не можуть чітко сформулювати проблеми, вони які перед ними постали, а навіть не усвідомлюють їх. Причинами такої ситуації є:

- відсутність теоретичних і практичних знань з виявлення та вирішення проблем, відсутність проблемного мислення у керівного складу підприємства;
- здійснення відокремленого дослідження проблем без урахування взаємозв'язків між ними;
- поверхневий розгляд проблем господарської діяльності, що призводить до ухвалення неефективних управлінських рішень і неефективних витрат ресурсів, разом із часовими втратами;
- відсутність вміння чітко формулювати проблеми, що призводить до заплутування реальних проблем та їх симптомів або виявів. Така ситуація спричиняє боротьбу з наслідками невирішених проблем, які мають сталу тенденцію до постійного вияву і рецидивів;
- розгляд наявних проблем як тимчасових труднощів, які можна вирішити без додаткових зусиль та додаткових рішень, спрямованих на їх подолання;
- свідоме або несвідоме відсторонення власника від інформації про існування проблем.

Результати проведеного анкетування 8 підприємств-виробників віконних профілів виявили такі групи проблем їх господарської діяльності (рис. 1).

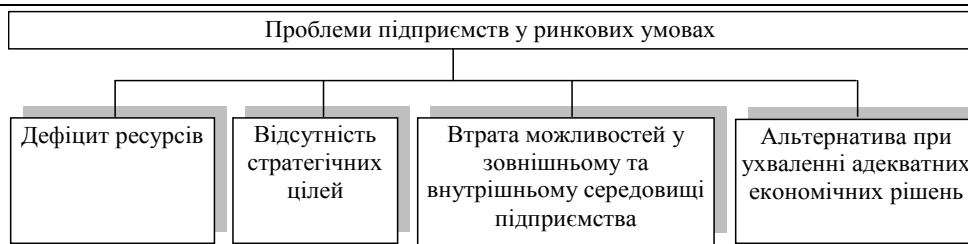


Рис. 1. Групи проблем підприємств в умовах ринку

Проблеми першого типу є типовими для кожного підприємства – дефіцит ресурсів має негативний вплив на реалізацію підприємницьких задумів. А вартість залучених ресурсів та час, який буде для цього необхідний, може призвести до перегляду як самих цілей та напрямків діяльності, так і до часових змін у бік вимушеного подовження терміну їх реалізації.

Проблеми другого типу найчастіше є результатом відсутності стратегічного управління в підприємстві або його недосконалості. Власник і керівники різних рівнів не мають комплексного бачення перспектив розвитку, що призводить до втрати орієнтирів та скорочує життєвий цикл підприємства.

Проблеми третього типу також притаманні багатьом українським суб'єктам господарювання, наприклад, українським підприємствам-виробникам віконних профілів, а саме ТОВ «ТД «Надія», ТОВ «ЕФ-ПЛАСТ», ТОВ «МІРОПЛАСТ», ТОВ «Евротехпласт», ТОВ «ГЛОБАРТ», ТОВ «Вента Україна», ТОВ «АЛЮПЛАСТ УКРАЇНА», ТОВ «Облторгсервіс», ТОВ «Бест Пласт». Така ситуація стала прикладом необґрунтованої інертності, яка спричинила втрату конкурентних переваг і ринкових можливостей для збільшення обсягів реалізації та прибутку.

Проблеми четвертого типу – це проблеми вибору при ухваленні адекватних економічних рішень. Саме вони мають постійний характер, оскільки будь-яке управлінське рішення – це вибір правильної альтернативи, яка працюватиме на досягнення оперативних, тактичних і стратегічних цілей діяльності підприємства.

Виявлення наявних проблем власником підприємства без зовнішньої допомоги (власними силами) може викликати зосередження тільки на окремих аспектах проблемної ситуації без відповідного врахування комплексу інших факторів, пов'язаних з діяльністю суб'єкта господарювання. Приклад найбільш успішних закордонних підприємств, які випускають свою продукцію під торговими марками, – ТОВ «Рехау», ТОВ «Профайн Логістик Україна», ПП «Інтеркрайк», ПП «НПК «Укральфа», та вітчизняних – ТОВ «Століття», ТОВ «Декко-Україна», ТОВ «Аркада-Пласт», наочно демонструє, що в сьогоденному мінливому, агресивному, конкурентному середовищі для завоювання та збереження лідерства необхідно розумно сполучити спроби самостійного визначення й опису проблемних ситуацій зі своєчасним запрошенням на підприємство експертів для здійснення дослідження стану підприємства в ринковому середовищі, рівня здійснення його бізнес-процесів.

У сучасних ринкових умовах адаптації України до умов глобальної рецесії актуальність реалізації діагностичної функції економічного аналізу значно підвищується. Вміння оперативно виявляти, долати і попереджувати проблеми у діяльності підприємства визначають ефективність його управління, що є передумовою конкурентоздатності на внутрішньому ринку, ринках близького та далекого зарубіжжя.

Звернемось до актуальних проблем теорії та практики реалізації діагностичної функції економічного аналізу. До основних проблем, які стосуються теорії, належать: ототожнення діагностичної функції економічного аналізу, понять діагностичного аналізу та економічної діагностики. До основних методико-практичних проблем, які стосуються реалізації діагностичної функції економічного аналізу підприємств, належать організація її реалізації, аналітичний інструментарій, процедура його застосування. Наведена проблематика є досить широкою і кожне з названих питань потребує окремого вивчення.

Для розкриття сутності реалізації діагностичної функції економічного аналізу й уникнення її ототожнювання з діагностичним аналізом та економічною діагностикою необхідно дослідити їх трактування у фахових джерелах. Проблема відокремлення діагностичного аналізу (економічної діагностики) і діагностичної функції економічного аналізу відноситься до числа дискусійних у вітчизняній економічній науці. Так І. Д. Лазаришина [3, с. 176], О. В. Олійник [6, с. 316] вважають, що фактично відбувається перенесення назви однієї з ключових функцій економічного аналізу – діагностичної на назву виду аналізу – діагностичний аналіз. Вважаємо, що їх позиція є цілком виправданою, адже функції економічного аналізу отримують комплексну реалізацію у всіх видах економічного аналізу. Вважаємо, що основою зазначеного ототожнення функції і виду економічного аналізу є інструментарій діагностичної функції, де поряд з аналітичними методами економічного аналізу

використовуються інструменти формальної логіки, соціології, конфліктології, психології, інформаційних технологій тощо.

Поняття «діагностика» походить від грецьк. «diagnostikos» – здатність розпізнавати, визначати ознаки за симптомами, вивчати. Поняття діагностики є ключовим у медицині. Саме медична сфера застосування цього поняття зумовила трактування діагностики як процесу розпізнавання хвороби та її визначення відповідно до прийнятої медичної термінології, тобто встановлення діагнозу. Розвиток методичної науки вплинув на попереджувальний аспект діагностики, що вплинуло і на формування її нового трактування, відповідно до якого ми сформуваємо підхід до трактування діагностики як визначення і дослідження ознак та параметрів, які характеризують стан організму, його систем для запобігання можливих відхилень у їх роботі.

У сучасних умовах поняття «діагностика» використовується в медичній, технічній, технологічній, політичній, соціальній та економічній сферах. Тенденція щодо перенесення категорій біології у сферу економіки та інші сфери людської діяльності пояснюється, насамперед, теоріями, які аналізують аналогії між біологічними утвореннями та соціальними системами.

Зокрема, поняття «діагноз» – це визначення сутності й особливостей хвороби на основі всебічного дослідження хворого, при цьому еквівалентне поняттю «висновок»; поняття «симптом» (фр. *symptome*, нім. *symptom*; грецьк. *symptoma* – збіг, ознака) відповідає значенню поняття «вияв». Французький дослідник А. Маріон у роботі «Діагностика підприємства» визначив поняття діагностики підприємства, сформулював основні характеристики діагностики [10, с. 30]. Дослідження підходів науковця до суті та змісту економічної діагностики дали змогу встановити, що в його роботі відображено особливості реалізації діагностичної функції економічного аналізу підприємства.

Висновки та перспективи подальших розвідок

На основі здійсненого аналізу визначення цільового спрямування діагностичної функції економічного аналізу різними фахівцями можна зробити висновок про кілька напрямків її реалізації. Так українські та російські дослідники, серед яких Л. О. Лігоненко, Е. М. Трененков, Я. А. Фомін, пов'язують діагностику з антикризовими процесами і банкрутством. Підґрунтям для цього є сама необхідність здійснення змін та формування аналітичної бази для визначення їх характеру в процесі санації або встановлення причин передкризових та кризових ситуацій та заходів, які слід здійснити задля стабілізації ситуації [4]. У дослідженні А. П. Градова та Б. І. Кузіна сформовано основні концептуальні положення процесу діагностики кризового стану. Автори цього дослідження акцентують свою увагу на необхідності постійного спостереження за станом підприємства за параметрами внутрішнього і зовнішнього середовища, отже, йдеться про внутрішній та зовнішній аналіз підприємства і відбір ключових показників для постійного спостереження. Їх послідовником є Я. А. Фомін, який комплексно розглянув діагностику кризового стану підприємства на прикладі конкретних російських підприємств. Слід вказати і на здобутки російських науковців Є. М. Тренекова та С. А. Дведенидової, які запропонували власний підхід до здійснення діагностики в антикризовому управлінні [8, с. 34]. Він полягає у виокремленні двох її напрямків. Перший стосується розробки методів вирішення задач, пов'язаних з вивченням умов функціонування і стану виробничих та соціальних систем; вивченням елементів систем; збором і обробкою статистичних матеріалів, що дають змогу дослідити можливий стан системи тощо. Другий напрямок пов'язаний з побудовою моделі соціально-економічних систем та процесів діагностики і, відповідно, з аналізом наступних основних задач: розробка методів діагностування кризи та причин, що породжують його в соціально-економічних системах; розробка правил побудови моделей, які дають змогу визначити стан соціально-економічних систем.

Вважаємо, що результат реалізації діагностичної функції економічного аналізу не слід обмежувати санаційними процесами. Найосновнішим є його профілактичний характер, який дає змогу уникнути кризового стану підприємства. Загалом реалізація діагностичної функції економічного аналізу не тільки призупиняє та передбачає негативні явища і дисфункції, а й своєчасно вносить корективи у стратегію підприємства в ринкових умовах, формулює підходи до удосконалення бізнес-процесів підприємства.

Список літератури

1. Барнгольц, С. Б. *Методология экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта [Текст]: учеб. Пособие / С. Б. Барнгольц, М. В. Мельник. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 240 с.*
2. Грищенко, О. В. *Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие / О. В. Грищенко. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2010. – 112 с.*
3. Лазаршина, І. Д. *Економічний аналіз в Україні: історія, методологія, практика [Текст]: монографія / І. Д. Лазаршина. – Рівне: НУВГП, 2009. – 369 с.*
4. Лігоненко, Л. О. *Методология диагностики угрозы банкротства предприятия та напрямки її удосконалення [Текст] / Л. О. Лігоненко // *Фінанси України. -2008. – № 8 – С. 136-148.**

-
5. Міжнародні стандарти з аудиту, надання впевненості та етики [Текст] / Пер. з англ. мови О. В. Селезньов, О. Л. Ольховікова, О. В. Гик, Т. Ц. Шарашидзе, Л. Ю. Юрківська, С. О. Куликов. – К. : ТОВ "ІАМЦ АУ "Статус", 2009. – 1028 с.
 6. Олійник, О. В. Розвиток економічного аналізу в умовах інституційних змін: [Текст] монографія / О. В. Олійник. – Житомир: ЖДТУ, 2010. – 653 с.
 7. Парасій-Вергуненко, І. Сучасний інструментарій економічного аналізу в системі стратегічних досліджень [Текст] / І. Парасій-Вергуненко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – №9. – С. 30-39.
 8. Трененков, Е. М. Діагностика в антикризисном управленні [Текст] / Е. М. Трененков, С. А. Дведенидова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. – № 1. – С. 24-26.
 9. Швиданенко, Г. О. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства [Текст] / Г. О. Швиданенко, О. І. Олексюк – К. : КНЕУ, 2012. – 192 с.
 10. Marion A. "Le Diagnostic d'Entreprise" / A. Marion – Paris: Ed. ECONOMICA, 2013. – P. 42.

References

1. Barngolts, S. B. & Melnyk M. V. (2008). *Methodology of economic analysis of a business entity*. Moscow: Finances and Statistics.
2. Grishchenko, O. V. (2010). *Analysis and diagnosis of the financial and economic activity of the enterprise*. Taganrog : TSURE.
3. Lazaryshyna, I. D. (2009). *Economic analysis in Ukraine: history, methodology, practice*. - Rivne: NUWMNRU.
4. Lihonenko, L. O. (2008). *Diagnostic methodology threat of bankruptcy and the directions of its improvement*. Finance of Ukraine, 8, 136-148.
5. *International Standards on Auditing, Assurance and Ethics (2009)*. Kyiv : LLC "IAMTS AU" Status ".
6. Oleinik, A. (2010). *Development of economic analysis in terms of institutional change*. Rivne: ZSTU.
7. Parasiy-Verhunencko, I. (2010). *Modern tools of economic analysis system for Strategic Studies*. Accounting and Auditing, 9, 30-39.
8. Trenenkov, E. M. & Dvedenidova, S. A. (2012). *Diagnostics in crisis management*. Management in Russia and abroad, 1, 24-26.
9. Shvydanenko, G. A. & Oleksyuk, O. I. (2012). *Modern technologies of diagnostics of financial-economic activity*. Kyiv : Kyiv National Economic University.
10. Marion, A. (2013). *Le Diagnostic d'Entreprise*". Paris: Ed. ECONOMICA.

Стаття надійшла до редакції 15.05.2014 р.