

Після встановлення мети логічно перейти до розробки плану дій по її досягненню. Оцінка результатів дій з продажу і просуванню послуг кейтерингу допомагає виявити дійсно успішні стратегії, а також виявити напрями, які вимагають внесення корективів. Моніторинг планів дій повинен проводитися кожного місяця або щокварталу. Ефективним способом моніторингу запланованих заходів і отримання результатів є календар подій, в якому місяць за місяцем відображаються дії з продажу, реклами і зв'язки з громадськістю, що дає можливість службі маркетингу точно визначити пору року найбільш ефективної роботи з кожним з ключових ринків. Як результат менеджер з продажу отримує можливість раціонально розподілити завантаження серед персоналу і підготуватись до спеціалізованих заходів. Періодичні наради співробітників, зайнятих продажем послуг кейтерингу, дозволяють забезпечити узгодженість цілей і результатів для кожного встановленого сегменту ринку.

Висновок. Кейтеринг – це затребувана, зручна ресторанна послуга. В роботі проаналізовано поняття «кейтерингу», визначено його види, розглянуті складові маркетингового плану та встановлені ефективні пляхи його розробки. Таким чином, маркетингове планування має вагомий вплив на роботу сервісного підприємства, як найбільш дієвий спосіб досягнення ефективної діяльності та стабільного зростання прибутку закладу щоб зайняти гідне місце у вітчизняній сфері економічних відносин.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг: навч. посіб. / В.В. Апопій, І.І. Олексин, Н.О. Шутовська, Т.В. Футало – К.: Видавничий центр «Академія», 2006. – 311 с
2. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: навч. посібн. / В.А. Полторак, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 342 с.

Тетяна Папко,

студентка 4 курсу

гуманітарно-економічного факультету

Наук. керівник: **Т. П. Несторенко**, к.еко.н., доцент (БДПУ)

ДО ПИТАННЯ ОЦІНКИ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонуючи в ринковій економіці як суб'єкт підприємницької діяльності, кожне підприємство має забезпечувати такий стан своїх фінансових ресурсів, за якого воно стабільно зберігало б здатність безперервно виконувати свої фінансові зобов'язання перед своїми діловими партнерами, державою, власниками, найманими працівниками. Аналіз фінансового стану та фінансових результатів підприємства є актуальною темою в наш час, оскільки середовище, в якому функціонують вітчизняні підприємства характеризуються безперервними нововведеннями в податковому законодавстві, змінами процентних ставок та валютних

курсів, різкими коливаннями цін на ресурси та відповідно високим темпом інфляції, технологічними змінами та постійним вдосконаленням методів технічної обробки економічної інформації та жорсткою конкурентною боротьбою.

Проблемам аналізу та поліпшення фінансового стану присвячено ряд робіт вітчизняних та закордонних вчених, серед яких можна виділити праці Бланка І.О., Олексюка О.С., Ковальова В.В., Стоянової Є.С., Шеремета А.Д., Крейніної М., Альтмана Е., Мниха Є.В., Білухи М.Т., Хелферта Е., Рішара Ж. Ватерсона К., Нападовської Л.В., Велша Г.А., Голова С.Ф., Єфіменка В.І., Костюченка В.М., Сопка В.В., Нечитайла А.І., Соколова Я.В., Ковалева В.В., Кужельного М.В., Пушкаря М.С., Чумаченка М.Г., Хелферта Е, Шорта Д.Г., та ін.

Метою дослідження є висвітлення теоретичних аспектів оцінки фінансового стану підприємства, аналіз проблемних аспектів фінансової діяльності, а також визначення шляхів його поліпшення.

Фінансові результати характеризують майже всі аспекти діяльності підприємства: продуктивність праці, ступінь використання основних засобів, трудових, матеріальних і грошових ресурсів, собівартість реалізованої продукції, її якість, обсяг та ціни реалізації продукції, тощо. Фінансовий результат – це та сума прибутку або збитку, яка була отримана в звітному періоді від реалізації продукції, надання послуг і виконання робіт, а також інших господарських операцій [1]. Інформаційною базою для оцінювання фінансових результатів підприємства є дані [2]:

- 1) Балансу (форма №1);
- 2) Звіту про фінансові результати (форма №2);
- 3) Звіту про рух грошових коштів (форма №3);
- 4) Звіту про власний капітал (форма №4);
- 5) Дані статистичної та оперативної звітності.

Облік фінансових результатів має бути організований на підприємстві з врахуванням специфіки його діяльності, тобто видів операційної діяльності, іншої діяльності і змісту Звіту про фінансові результати. Фінансові результати, в наш час, не завжди можуть повністю охарактеризувати все різноманіття ситуацій, пов'язаних з господарською діяльністю підприємства. Існує безліч проблем, серед яких головними є: незузгодженість класифікації видів діяльності та субрахунків бухгалтерського обліку; відсутність в інструктивних матеріалах з бухгалтерського обліку порядку віднесення податку на прибуток (субрахунок 981) на фінансові результати – на конкретні субрахунки рахунку 79 [3, с. 245]. Багато підприємств не створюють резерв сумнівних боргів за дебіторською заборгованістю, що теж створює проблеми при формуванні фінансових результатів. Недоліком формування фінансового результату в діючому Плані рахунків бухгалтерського обліку [2] є те, що в ньому на субрахунках 791 «Результат операційної діяльності» та 792 «Результат фінансових операцій» фактично об'єднані по два види діяльності підприємства, а саме: на субрахунку 791 – основна та інша операційна діяльність, а на субрахунку 792 – фінансова та інвестиційна діяльність.

Отже, фінансові результати характеризують ефективність діяльності

господарюючих суб'єктів, адже вони дають змогу оцінити стан підприємства, порівняти їх з нормативними та проаналізувати в часі. Для поліпшення оцінки фінансового стану підприємства, незалежно від виду його господарської діяльності необхідно затвердити єдині класифікаційні ознаки і розмежувати їх за видами діяльності. Підприємствам бажано створювати резерв сумнівних боргів, як необхідної умови точного розрахунку фінансового результату діяльності підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дейнека О.В. Сутність поняття «фінансовий результат» та особливості його формування / Дейнека О.В., Остапенко О.А. // Молодіжн. наук. вісн. УАБС НБУ. Економічні науки, 2013. – №4

2. Национальные стандарты бухгалтерского учета. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 3 «Отчет о финансовых результатах». Утв. приказом Мин-ва финансов Украины от 31.03.99 № 87 / Баланс. Всеукраинский бухгалтерский еженедельник. № 38 (267), 20 сентября 1999 г. С.1-13.

3. Шумляев Б.О. Бухгалтерський облік: [навч. посіб.] / [Б.О.Шумляев, І.В. Татаренко, Є.І. Рябий]. – Д., 2012. – 342 с.

Євген Перепада,

студент 3 курсу

гуманітарно-економічного факультету

Наук. керівник: **О. В. Задворна**, ст. викл., (БДПУ)

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сьогодні, в результаті широкої економічної глобалізації та у зв'язку з невинним ростом конкуренції на ринку, найголовнішим для підприємства є його стратегічні цілі і планування. Саме стратегічне планування персоналу є основним ядром управління. Вивчення, дослідження і прийняття якого забезпечує підґрунтя для всіх управлінських рішень та сталого довгострокового функціонування підприємства.

Найбільш відчутний вклад внесли, у дану тему, такі вчені, як Ф. Котлер, Ю. Калінченко, О. Кравченко, В. Пономаренко, М. Мескон, Ю.Коваленко, В. Жаворонкова, А. Гапоненко, О. Дацій, Н. Андресюк, О. Алимов, І. Ігнатієва та інші.

Метою даної роботи є визначення найголовніших стратегічного управління персоналом, його ефективного функціонування та систематизації виробництва.

Однією з найбільш важливих завдань у сучасному світі є створення умов динамічного, оперативного розвитку підприємницької діяльності. Розв'язання наріжних проблем, є головною задачею для забезпечення нормального функціонування роботи підприємства, не тільки у короткостроковій, але й у віддаленій перспективі. Досягти цього можна через освоєння методів стратегічного керування, її методології.