

СЕКЦІЯ 2 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 664.6:005.337-047.72

Григорук П.М.*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри автоматизованих систем
і моделювання в економіці
Хмельницького національного університету***Хрущ В.О.***аспірант
Хмельницького національного університету*

ПРОГНОЗУВАННЯ ПРИБУТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто прогнозування показника валового прибутку підприємства хлібопекарської галузі на основі моделей показників динаміки часового ряду, трендових моделей і моделей регресії. Проведено зіставлення отриманих результатів. Зроблено висновки про можливість застосування представлених моделей при плануванні показників діяльності підприємства.

Ключові слова: хлібопекарське підприємство, валовий прибуток, прогнозування, показники динаміки часового ряду, трендова модель, регресійна модель, виробнича функція.

Григорук П.М., Хрущ В.А. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ ХЛЕБОПЕКАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрено прогнозирование показателя валовой прибыли предприятия хлебопекарной отрасли на основе моделей показателей динамики временного ряда, трендовых моделей и моделей регрессии. Проведено сопоставление полученных результатов. Сделаны выводы о возможности применения представленных моделей при планировании показателей деятельности предприятия.

Ключевые слова: хлебопекарное предприятие, валовая прибыль, прогнозирование, показатели динамики временного ряда, трендовая модель, регрессионная модель, производственная функция.

Hryhoruk P.M., Khrushch V.O. FORECASTING THE PROFIT OF BREAD MAKING ENTERPRISE

The article deals with forecasting gross profits of the bread making enterprise based on models of the dynamics of time series, trend models and regression models. Comparison of the results has been done. Conclusions about the applicability of the models in planning performance of the enterprise have been made.

Keywords: bread making enterprise, gross profits, forecasting, indexes of dynamics of time series, trend model, regression model, production function.

Вступ. В умовах інтеграції національної економіки до світового співтовариства особливого значення набувають питання реформування та розвитку ринку харчових продуктів та підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників. Кризовий стан багатьох вітчизняних підприємств харчової промисловості викликає необхідність здійснення змін у їх системі управління. Формування ефективної стратегії діяльності є необхідним для тих галузей, які стратегічно важливі та гарантують продовольчу безпеку країни.

У цьому плані хлібопекарська галузь відіграє значну соціальну і стратегічну роль у житті суспільства, виступаючи структурним елементом аграрної економіки, що забезпечує її стійке економічне зростання за рахунок конкурентних переваг на продовольчому ринку. У сумарному обсязі продукції всієї харчової промисловості України вона займає одне із провідних місць, а частка хлібопродуктів у раціоні населення України складає 15 %, що підтверджує їхній статус як основного продукту харчування. Традиційно цій галузі приділяється менше уваги, ніж іншим, але будь-які зміни, що відбуваються на ринку хліба і хлібобулочних виробів, моментально впливають на економічне та соціально-політичне життя країни [1].

Постановка проблеми. Забезпечення конкурентоспроможності галузі та конкретних виробників хлібопекарської продукції в умовах жорсткої конкурен-

ції є складним практичним і науковим завданням, яке потребує багатоаспектного підходу із застосуванням системної теорії наукового управління.

Для забезпечення ефективного управління діяльністю підприємства необхідно насамперед визначити фактори, що здійснюють істотний вплив на основні показники діяльності, а також виявити ступінь впливу того чи іншого чинника на результативний показник.

Сучасний стан інформаційної забезпеченості створює передумови для широкого застосування економіко-математичних моделей з метою встановлення взаємозв'язків між результативною ознакою та основними факторами та прогнозування значень результативних показників. Тому для вирішення поставленого завдання можна використати економіко-статистичні методи. Головною метою побудови економіко-математичної моделі показників діяльності підприємства хлібопекарської галузі є отримання ефективного інструменту їх прогнозування та врахування впливу зовнішніх і внутрішніх чинників.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Проблеми розвитку хлібопекарської галузі України висвітлено в працях О.М. Васильченко, П.Т. Саблука, С.В. Петрухи, О.А. Опрі, О.М. Дзюби, Ю.Л. Труш, Н.С. Скопенко та ін. [2-8], зокрема, проаналізовано тенденції, що мають місце в діяльності хлібопекарських підприємств. Результати їх досліджень дозво-

ляють оцінити сучасний стан і рівень розвитку підприємств хлібопекарської промисловості та виділити проблеми, з якими вони стикаються. Питання застосування інструментарію економіко-математичного моделювання при аналізі проблем хлібопекарської галузі також являють інтерес науковців. Зокрема, в роботі С.С. Шаруди, В.Д. Кишенько [9] показано використання сценарного підходу до побудови систем керування технологічними процесами виробництва хліба на основі нечітких моделей представлення знань. Наведено функції належності для основних технологічних показників даних. Дослідження О.Л. Тоцької [10] присвячені розробці інструментарію для побудови економіко-математичних моделей випуску продукції в харчовій промисловості України. Зокрема, автором розроблена імовірно-автоматна модель для імітації діяльності хлібопекарських підприємств, що дозволяє відтворювати динаміку замовлень на продукцію та її виробництва, а також витрат, поповнення і рівня запасів основної сировини, удосконалено метод прогнозування на основі середньорічного коефіцієнта росту для випуску продуктів харчування, проведено дослідження в галузі інтегрального оцінювання діяльності хлібопекарських підприємств. В роботі [11] авторами розглянуто підхід до оптимізації продуктового портфеля підприємств хлібопекарської промисловості, базуючись не лише на критеріях фінансової ефективності, але й соціальної відповідальності і маркетингової результативності. Узагальнено практику і визначено проблематику управління асортиментом на вітчизняних промислових підприємствах, що є виробниками хліба та хлібобулочних виробів. С.І. Бегун [12] розроблено економетричні моделі для прогнозування показника собівартості продукції хлібопекарського підприємства, здійснено розрахунки на реальних даних.

Однак, незважаючи на значний доробок в напрямку застосування інструментарію економіко-математичного моделювання в хлібопекарській галузі, слід зауважити, що питанням прогнозування показників діяльності підприємств галузі, в першу чергу прибутку, приділено недостатньо уваги.

Метою статті є аналіз та зіставлення різних методів прогнозування при оцінюванні динаміки показника прибутку хлібопекарського підприємства.

Основні результати. Традиційно прогнозування показників діяльності підприємства здійснюється на основі часових рядів. Однак кризові явища, що мали місце у 2008-02010 рр негативно вплинули на тенденції зміни показників, в першу чергу прибутку, що викликає необхідність використання «скороченої» статистики для прогнозування. Досить простим і водночас досить поширеним підходом до прогнозування зміни значень часового ряду за таких умов є використання показників динаміки [13; 14]. Доцільність їх застосування зумовлена такими чинниками: вони мають достатньо простий алгоритм дослідження; не вимагають важких з технічної точки зору розрахунків; застосовуються в умовах, коли має місце відносно невеликий обсяг

вихідних даних. Найбільшого використання набуло прогнозування за допомогою середнього приросту та середнього темпу зростання.

Серед недоліків наведених методів варто відзначити те, що при розрахунку відповідних середніх показників, а, отже, і прогнозних значень, приймають участь лише крайні значення часового ряду. Середні значення ряду на процес прогнозування впливу не мають. Тому для їх застосування кількість рівнів динамічного ряду не перевищує чотирьох-п'яти, коли динамікою середини ряду взагалі кажучи можна знехтувати.

Розглянемо застосування наведених методів до показника валового прибутку підприємства ПП «Хліб Поділля», яке спеціалізується на виробництві хліба та хлібобулочних виробів, сухарів, печива і тістечок тривалого зберігання, макаронних виробів. Результати прогнозування занесемо до табл. 1.

Як впливає з представлених розрахунків, обидва методи дали практично однаковий результат, розбіжність між ними не перевищує 1%. Це говорить про високу точність прогнозування і можливість застосування даних методів на практиці. Відзначимо також, що у 2014 році очікувалось подальше збільшення валового прибутку.

Іншим поширеним підходом до прогнозування є використання трендових моделей [13]. Основна мета їх створення полягає у тому, щоб на їх основі зробити прогноз про розвиток досліджуваного процесу на майбутній проміжок часу. Прогнозування на основі часового ряду економічних показників відноситься до одновимірних методів прогнозування, що базуються на екстраполяції, тобто продовження на майбутнє тенденції, що спостерігалася в минулому. При такому підході передбачається, що прогнозований показник формується під впливом великої кількості факторів, виділити які або неможливо, або щодо яких відсутня інформація. У цьому випадку хід зміни даного показника пов'язують не з чинниками, а з плином часу, що проявляється в утворенні одновимірних часових рядів.

Перевагою трендових моделей є простота розрахунків. Вони застосовуються для прогнозування попиту, динаміка якого характеризується монотонним зростанням або зниженням. Надійність прогнозів при цьому залежить від стійкості тенденції зміни попиту, яка може порушуватися в умовах кризового розвитку економіки.

Недоліком трендових моделей прогнозування є те, що вони не дозволяють розкрити внутрішні взаємозв'язки процесу зміни попиту та чинників, що формують його рівень і динаміку. У цьому відношенні більш значними можливостями володіють факторні моделі оцінки і прогнозування попиту.

Розглянемо метод екстраполяції на основі так званих кривих росту економічної динаміки.

Використання методу екстраполяції на основі кривих зростання для прогнозування базується на двох припущеннях:

- часовий ряд економічного показника дійсно має тренд, тобто переважну тенденцію;

Таблиця 1

Прогнозування на основі показників динаміки часового ряду

Значення показників, тис. грн				Середній темп росту	Середній приріст	Прогноз на 2014 р., тис. грн	
2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2013 р./2010 р.	2013 р./2010 р.	За середнім темпом росту Y1(2014)	За середнім приростом Y2(2014)
420,9	487,6	467,1	470,1	1,04	16,4	487,7	486,5

- загальні умови, що визначали розвиток показника минулого, залишаться без істотних змін протягом періоду попередження.

У даний час налічується велика кількість типів кривих росту для економічних процесів. Найбільш часто в економіці використовуються поліноміальні, експоненціальні і S-подібні криві зростання. Найпростіші криві росту мають вигляд:

- поліном першого ступеня: $Y = a_0 + a_1X$;
 - поліном другого ступеня: $Y = a_0 + a_1X + a_2X^2$;
 - степенева функція: $Y = a_0X^{a_1}$;
 - логарифмічна функція: $Y = a_0 + a_1LnX$;
- де X – фактор часу.

Розглянемо застосування наведених залежностей до прогнозування показника валового прибутку. Результати прогнозування відображені на рисунках 1-3. Для зручності їх аналізу і зіставлення на рисунках також відображені значення коефіцієнтів детермінації.

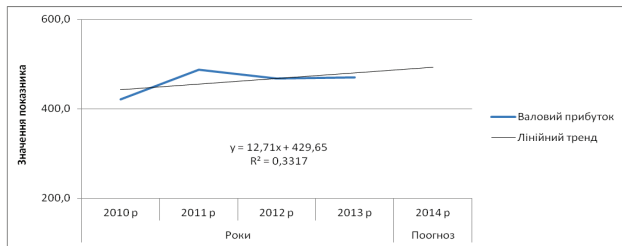


Рис. 1. Прогнозування за допомогою лінійного тренду

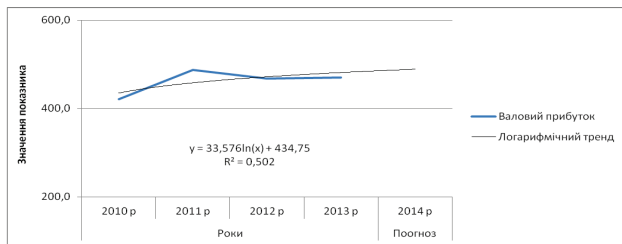


Рис. 2. Прогнозування за допомогою логарифмічного тренду

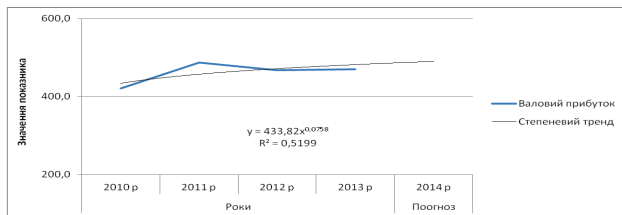


Рис. 3. Прогнозування за допомогою степеневого тренду

Результати прогнозування наведені в таблиці 2.

За представленими розрахунками можна зробити висновок, що всі три моделі мають досить низьке значення коефіцієнта детермінації. Найкращою в даному випадку є степенева модель.

Однак аналіз розрахованих прогнозних значень показує, що вони мало відрізняються між собою, і також мають малу відмінність від тих, які були отримані за допомогою методів середнього темпу зростання і середнього приросту. Отже, їх також можна використати в діяльності підприємства в ролі планового показника валового прибутку.

Ще одним поширеним підходом до прогнозування є використання інструментарію регресійного аналізу [14]. Його основним завданням є визначення впливу факторів на результативний показник (в абсолютних показниках). Передусім для цього необхідно підібрати та обґрунтувати рівняння зв'язку, що відповідає характеру аналітичної стохастичної залежності між досліджуваними ознаками. Рівняння регресії показує як в середньому змінюється результативна ознака (Y) під впливом зміни факторних ознак (X_i).

Метод регресійного аналізу вважається найдосконалішим з усіх використовуваних нині нормативно-параметричних методів. Його доцільно застосовувати для обґрунтування проектних, прогнозних чи очікуваних показників. Для цього необхідно підставити в одержане рівняння регресії проектні значення факторів.

Розглянемо побудову лінійної багатофакторної регресійної моделі для показника доходу від реалізації продукції (Y). Оскільки кількість чинників, які можна включити в модель, обмежується кількістю рівнів наявного динамічного ряду то в даному випадку ми можемо розглянути лише двофакторну модель. В ролі чинників оберемо показники середньомісячної заробітної плати (X₁) та фондівіддачі (X₂). Вихідні дані для проведення розрахунків занесемо до таблиці 3.

Для оцінювання параметрів моделі скористаємось стандартним засобом табличного процесора Аналіз Даних – Регресія. В результаті отримаємо наступну модель:

$$Y = -8016 + 10,5X_1 + 4585,8X_2. \quad (1)$$

Множинний коефіцієнт кореляції становить 0,9994, а коефіцієнт детермінації 0,9998. Це свідчить про високу якість побудованої моделі. Рівень значущості моделі за критерієм Фішера становить 0,03, що менше за загальноприйнятий рівень (0,05). Отже, модель є адекватною вихідним даним. Значущість коефіцієнтів регресії за t-критерієм Стьюдента становить: для a₀ – 0,03, для a₁ – 0,03, і для a₂ – 0,04,

Таблиця 2

Результати прогнозування показника валового прибутку за трендовими моделями

Назва показника	Вихідні дані, тис. грн				Прогноз на 2014 р., тис. грн		
	2010 р	2011 р	2012 р	2013 р	Лінійний тренд	Логарифмічний тренд	Степеневий тренд
Валовий прибуток	420,9	487,6	467,1	470,1	493,2	488,8	490,1

Таблиця 3

Вихідні дані для побудови регресійної моделі

Назва показника	Од. вим.	Значення показників			
		2010 р	2011 р	2012 р	2013 р
Дохід (виручка) від реалізації продукції	тис. грн	2318,4	2769,1	2823,7	2913,6
Середньомісячна зарплата одного працівника	грн	730	739	757	771
Фондовіддача загальна	-	0,57	0,65	0,62	0,61

Таблиця 4

Вихідні дані для побудови виробничої функції

Назва показника	Од. вим	Значення показників			
		2010 р	2011 р	2012 р	2013 р
Дохід від реалізації продукції	тис. грн	2318,4	2769,1	2823,7	2913,6
Середньорічна вартість основних виробничих фондів	тис. грн	4037	4255	4518	4789
Фонд відпрацьованого робочого часу	люд-год	65512	72868	81828	74456

що також менше загальноприйнятого рівня. Отже, побудовану модель можна використовувати для прогнозування.

Припустивши лінійну зміну чинників у майбутньому, оцінимо їх значення на 2014 р., скориставшись стандартною функцією табличного процесора ПРЕДСКАЗ. Тоді $X_{1,2014}=784,5$ (грн), $X_{2,2014}=0,63$. Підставивши ці значення в модель (1), отримаємо прогнозне значення результуючого показника: $Y=3165,4$ (тис. грн). Отримане значення цілком узгоджується з тими, які були отримані попередніми методами.

Одним із шляхів розв'язання задач економічного прогнозування є використання кількісних методів аналізу та моделювання взаємозв'язків між економічними показниками, серед яких вирізняється регресійний аналіз на основі виробничих функцій. Використання виробничих функцій дозволяє вирішувати цілий ряд дослідницьких задач, серед яких визначення зміни залежного показника від зміни одного або декількох факторів, а також визначення тісноти зв'язку як між факторними ознаками, так і між ними та залежним від них показником. Досвід практичного використання виробничих функцій свідчить про те, що удосконалення на їх основі аналізу, прогнозування, планування та управління виробництвом забезпечує підвищення його економічної ефективності.

У економічних дослідженнях широко використовуються рівняння, які відображають залежність обсягу випуску продукції від виробничих факторів (робочої сили, знарядь праці та засобів праці). Таке рівняння, відоме як виробнича функція Кобба-Дугласа, може бути побудована як на макро- так і на макрорівні [13]:

$$Y = a_0 K^{a_1} L^{a_2}, \quad (2)$$

де Y – обсяг реалізованої продукції; K – капітал (в даному випадку – середньорічна вартість основних фондів); L – використана праця (в даному випадку – обсяг відпрацьованого часу); a_0 , a_1 , a_2 – параметри моделі.

Для проведення розрахунків складемо табл. 4, куди занесемо вихідні дані показників.

Для проведення розрахунків проведемо лінеаризацію моделі і далі скористаємось стандартним засобом табличного процесора Аналіз Даних – Регресія. Отримана модель матиме вигляд:

$$Y = 0,40K^{0,81}L^{0,46}. \quad (3)$$

Множинний коефіцієнт кореляції становить 0,9221, а коефіцієнт детермінації $R^2=0,8504$. Це свідчить про досить високу якість моделі.

Для розрахунку прогнозу на 2014 рік оцінимо значення факторів, скориставшись стандартною функцією ПРЕДСКАЗ. Тоді $K_{2014}=5029$ (тис. грн), $L_{2014}=82614$ (люд-год). Підставивши ці значення в модель (3), отримаємо: $Y_{2014}=3180,0$ (тис. грн). Це значення також має незначне відхилення від результату прогнозування, розглянутих нами раніше.

Таким чином, узагальнюючи отримані результати, можна зробити висновок, що всі методи, роз-

глянуті нами, можна використати для практичного використання з метою прогнозування діяльності показників ПП «Хліб Поділля». На нашу думку, найбільш придатними моделями для показника обсягу реалізованої продукції є двофакторна регресійна модель, а для показника валового прибутку – степенева трендова модель.

Висновки. Однією з найбільш стратегічно і соціально важливих галузей харчової промисловості є хлібопекарська. Проте в останні роки спостерігається невтішна тенденція щодо її розвитку. Кількість підприємств, що займаються виготовленням такого звичного і важливого продукту харчування щороку зменшується, а ті, що функціонують, характеризують свою діяльність як на межі виживання. Тому для планування діяльності підприємства і оцінки тенденцій його розвитку у майбутньому доцільно використовувати сучасні економіко-математичні методи, і в першу чергу – економічне прогнозування.

Нами розглянуто практичне застосування моделей до прогнозування показників діяльності приватного підприємства «Хліб Поділля», м. Кам'янець-Подільський. В ролі основних результуючих показників були обрані показники доходу від реалізації продукції та валового прибутку. В якості прогнозних моделей використані моделі прогнозування на основі середнього темпу зростання, середнього приросту, трендові моделі та регресійні моделі. Отримані при цьому результати показали незначну розбіжність у прогнозах, що свідчить про їх практичну застосовність у плановій діяльності підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Макаренко В. Вся правда про хліб / В. Макаренко // Агро Перспектива. – 2007. – №6, 7. – С. 24-27.
- Васильченко А. Н. Состояние и перспективы развития хлебопекарной промышленности в Украине / А. Н. Васильченко // Науко-виробничий журнал «Харчова наука і технологія». – Одеса: Вид-во Одеської національної академії харчових технологій, 2009. – №1 (6). – С. 5–8.
- Управління комплексним розвитком агропромислового виробництва і сільських територій: монографія / [П. Т. Саблук, М. Ф. Кропивко, О. Г. Булава, та ін.]; ред.: П. Т. Саблук, М. Ф. Кропивко; НААН України, Нац. наук. центр «Ін-т аграр. Економіки». – К., 2011. – 450 с.
- Петруха С. Методологічні засади аналізу фінансового стану хлібопекарської підгалузі харчової промисловості України / С. Петруха, М. Колотуша // Економіст. – 2007. – № 5. – С. 15-27.
- Опря О. А. Розвиток ринку хлібобулочних виробів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О. А. Опря. – Київ, 2006. – 20 с.
- Дзюба О. М. Формування конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі. – автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О. М. Дзюба. – Вінниця, 2010. – 20 с.
- Труш Ю. Л. Організаційно-економічні засади управління якістю продукції на підприємствах хлібопекарської галузі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Ю. Л. Труш. – Київ, 2012. – 20 с.

8. Скопенко Н. С. Інноваційний розвиток хлібопекарської галузі України: основні напрями, проблеми, ризики [Електронний ресурс] / Н. С. Скопенко. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18779/1/15-66-71.pdf>
9. Шаруда С. С. Лінгвістична апроксимація технологічних показників хлібопекарського виробництва / С. С. Шаруда, В. Д. Кишенько // Искусственный интеллект. – 2008. – № 4. – С. 188-192.
10. Тоцька О. Л. Економіко-математичне моделювання випуску продукції в харчовій промисловості України : а автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.11 «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці» / О. Л. Тоцька / Львів, 2008. – 20 с.
11. Верба В. А. Оптимізація товарного портфеля як чинник підвищення економічної ефективності виробничого підприємства / В. А. Верба, В. В. Ліщинська // Проблеми економіки. – 2014. – № 4. – С. 262-268.
12. Бегун С. В. Моделювання собівартості продукції підприємств хлібопекарської галузі України / С. І. Бегун, Н. В. Ковтун // Молодий вчений, 2014. – №5 (8). – С. 53-56.
13. Грабовецкий Б. Е. Основы экономического прогнозирования: навч. посібн. / Б. Е. Грабовецкий. – Вінниця: ВФ ТАНГ, 2000. – 209 с.
14. Присенко Г. В. Прогнозування соціально-економічних процесів: навч. посібн. / Г. В. Присенко, Є. І. Равікович. – К.: КНЕУ, 2005. – 378 с.

УДК 659.127.3:005.336.6:005.53

Колодка А.В.

асистент кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю
Сумського державного університету

ОЦІНКА ІМІДЖУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «СУМСЬКИЙ МАШИНОБУДІВНИЙ ЗАВОД»

У статті проведена оцінка іміджу промислового підприємства на основі запропонованої авторської методики. За допомогою матриці діагностики іміджу визначено рівень іміджу розглянутого підприємства та запропоновані заходи щодо його подальшого управління та коригування. Проведена економічна оцінка ефективності реалізації іміджевого проекту для підприємства.

Ключові слова: імідж промислового підприємства, іміджевий проект, параметри оцінки іміджу, зовнішній імідж, внутрішній імідж.

Колодка А.В. ОЦЕНКА ИМИДЖА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «СУМСКИЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»

В статье проведена оценка имиджа промышленного предприятия на основе предложенной авторской методики. С помощью матрицы диагностики имиджа определен уровень имиджа рассматриваемого предприятия и предложены мероприятия по его дальнейшему управлению и корректировке. Проведена экономическая оценка эффективности реализации имиджевого проекта для предприятия.

Ключевые слова: имидж промышленного предприятия, имиджевый проект, параметры оценки имиджа, внешний имидж, внутренний имидж.

Kolodka A.V. IMAGE EVALUATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISE BASED ON THE EXAMPLE OF LLC "SUMY MACHINE BUILDING PLANT"

The paper evaluates the image of an industrial enterprise on the basis of the authorized methods. Using image diagnostic matrix, the author defines the level of company's image and proposes measures for its further control and adjustment. Economic evaluation of effectiveness of implementation of the image project for the company is conducted.

Keywords: image of industrial enterprise, image project, image evaluation parameters, external image, internal image.

Постановка проблеми. У сучасних умовах імідж промислового підприємства стає самостійним стратегічно важливим ресурсом, тому його варто віднести до низки інших стратегічних чинників успіху. Управління іміджем промислового підприємства повинно носити стратегічний характер. Ефективне управління іміджем підприємства передбачає його попередню діагностику, за результатами якої формується комплекс управлінських заходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Системний аналіз та узагальнення літературних джерел [1; 2; 3] та практики з управління іміджем говорять про значну зацікавленість до значення іміджу для підприємства та концепцій його управління. Проте в роботах не приділяється значна увага оцінці іміджу підприємства, що ставить під сумнів ефективність та адекватність запропонованих методів до його управління.

Постановка завдання. Метою дослідження є проведення оцінки іміджу промислового підприємства, оснований на авторській методиці на прикладі ТОВ «Сумський машинобудівний завод».

Виклад основного матеріалу дослідження. Для проведення оцінки іміджу підприємства пропонується авторська методика. Уся інформація, яка необхідна для її здійснення має вигляд моделі VCI – Valuation of company image, яка надає можливість створити інструмент оцінки іміджу. Її використання дозволить перевести імідж підприємства з неформалізованого поняття в розряд формалізованого (вимірного). Це, у свою чергу, надасть можливість порівнювати імідж різних підприємств, відстежувати динаміку його зміни тощо. Крім того, отримана на базі моделі оцінка може стати основою для прийняття рішень в області управління іміджем. Модель має таку форму:

$$VCI = f(E, N, M, L),$$

де E – елементи оцінки іміджу, N – набір параметрів елементів оцінки іміджу, M – підхід (метод), закладений в основу розрахунку VCI; L – модельні обмеження.

На рисунку 1 зазначена послідовність процедур діагностики іміджу підприємства.

Контактними групами цільової аудиторії підприємства здійснюється експертна оцінка елементів імі-