потребу в різному обсязі і якості інформації, інформаційних технологій.

Для покращення управління на будівельних підприємствах керівник повинен контролювати усі процеси виробництва. Нажаль, на великих підприємствах не завжди можливо встигнути за всіма процесами. Тому для цього можна використовувати корпоративні сайти, програми, бази в яких можна побачити процес виконання своїх обов'язків підлеглими.

Узагальнюючи, можна підкреслити, що управління інформаційними технологіями та передачею інформації на будівельних підприємствах повинно щоденно удосконалюватися. Є багато методів та кожен керівник повинен обрати свій для впровадження. На сьогодні неможливо знехтувати інформацією та часом її передачі, бо від цього залежить подальша робота всіх відділів виробництва.

МАРЖИНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІТ-КОМПАНІЙ

Буйко Ю.С.
Науковий керівник – ***Власова О. Є., канд. екон. наук, доцент***

У сучасному світі розвиток інформаційних технологій набирає усе більших обертів. ІТ-сфера тісно та динамічно інтегрується у всі галузі світової економіки, безпосередньо впливаючи на загальне зростання економічних та соціальних показників підприємств і організацій. За даними міжнародних організацій, Україна у 2018 р. займала четверте місце у світі за кількістю сертифікованих ІТ-спеціалістів (після США, Індії, Росії), а також входила до основних тридцяти місць розташування для передавання замовлень на розроблення програмного забезпечення.

Цьому сприяють значні конкурентні переваги українських ІТ-фахівців, зокрема: 1) ціновий фактор (заробітну платню українських програмістів можна зіставити з доходами індійських та у співвідношенні до американської становить 1:7, при цьому розцінки на послуги розробників із Східної Європи навпаки наближаються до загально європейських); 2) широкий спектр технологічних компетенцій, що дає змогу гнучко реалізовувати ІТ-проекти підвищеної складності (на порядок вищі, ніж китайські); 3)виконавці мають новинки та базу реалізації складних наукоємних проектів та забезпечують скорочений період виходу продукту на ринок, проявляючи гнучкість у використанні, розподілі та взаємозаміні ресурсів, а також мають культурну та географічну близькість до Європи.

Питання управлінського обліку, планування та бюджетування – актуальна тема для всіх ІТ-компаній. Оскільки залежно від видів продукції або послуг, які вони виробляють – методологія може суттєво змінюватися. Заказ на розробку ПО, випуск базових рішень, надання технічної підтримки, випуск оновлень, використання ліцензій сторонніх розробників можуть значним чином впливати на визнання доходів та витрат, собівартість, cash managment організації. Важливим базисом для організації управлінського обліку та бюджетування є розділення діяльності компанії на проекти та розподіл витрат (не формуючих собівартість) на пул проектів за визначеною методологією.

Для вирішення цих питань найбільш зручним є маржинальний метод обліку витрат та здійснення відповідного аналізу.

Маржинальний аналіз – це метод економічного моделювання, оцінювання та обґрунтування ефективних управлінських рішень у бізнесі на базі даних управлінського обліку шляхом розділення витрат на постійні та змінні, а також визначення причинно-наслідкового зв'язку між обсягом продажу, питомими (змінними на одиницю) затратами та прибутком, а також прогнозування величини кожного з цих показників при заданих значеннях даних. Даний метод також називають ще аналізом беззбитковості або сприяння доходу.

Маржинальний аналіз є основою системи директ-костингу, яка була створена американським економістом Д. Гаррисоном та отримала широкого розповсюдження в усіх розвинений економіках, таких як Німеччина, США, Великобританія, Японія, Канада та інші.

Зазвичай маржинальний аналіз ґрунтується на розрізі продуктів бізнесу, що є притаманним ІТ-компаніям. Як економічна модель та інструмент прийняття раціональних управлінських рішень класичний маржинальний аналіз достатньо ґрунтовно розглянутий у великій кількості вітчизняних та західних публікацій. Зокрема, визначаються основні умови та обмеження застосовності маржинального аналізу.

Основу маржинального аналізу, крім розділення витрат на змінні та постійні, також складає категорія маржинального доходу.

Маржинальний доход на одиницю продукції представляє собою різність між ціною цієї одиниці та змінними затратами на неї. Він враховує в себе не тільки постійні затрати, але й прибуток. Одним з простих та ефективних методів маржинального аналізу з метою оперативного, а також стратегічного планування є CVP-аналіз (аналіз «витрати-обсяг – прибуток»), який дозволяє відслідкувати залежність фінансових результатів та обсягів діяльності.

ІТ-компанії характеризуються тим, що перелік послуг та сервісів швидко зростає та змінюється. Це свідчить про гнучкість ІТ-бізнесу

щодо реалізації нових послуг та сервісів. Дуже важливо в таких умовах «не прогоріти», прагнучи бути в авангарді передових технологій. Необхідно проводити оперативний аналіз всіх послуг, розроблюваних програм та проектів, що реалізуються.

Результат розрахунку маржинального доходу за ІТ-проектами (сервісами) – це інформація для прийняття управлінських рішень за певними проектами. Наведемо приклад прийняття таких рішень, що мають від'ємний маржинальний доход: 1) виключення такого проекту з переліку послуг, що надаються; 2) підвищення ціни продажу на цей вид послуги (сервісу); 3) зниження або оптимізація структури собівартості; 4) зниження обсягів продажу до мінімально необхідного (у випадку, коли компанії важливо надання усього комплексу послуг); 5) визнання збитку за даним видом послуг (сервісів) у якості витрат на просування інших проектів; 6) підвищення ціни продажу на інші послуги (сервіси) – наприклад більш рентабельні.

Таким чином, ми визначили, що маржинальний аналіз має великий потенціал корисного та зручного інструменту для оперативного та ефективного управління ІТ-компанією. Методика маржинального аналізу універсальна та може застосовуватися практично в усіх сферах господарства. Її перевагами є її практичність, гнучкість, можливість використання в оперативному режимі для підтримання та підвищення конкурентоспроможності компанії.

ДІАГНОСТИКА КРИЗОВОГО СТАНУ ЯК МЕТОД ПРЕВЕТИВНОГО ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ СУБ`ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Вербецька А.В.
Науковий керівник – ***Власова О.Є., канд. екон. наук, доцент***

Кризова ситуація - переломний момент у функціонуванні будь-якої системи, в процесі якого вона піддається впливу ззовні і зсередини, що вимагає якісно нового реагування з боку цієї системи.

Кризові ситуації в діяльності підприємства знаходять своє кількісне та якісне вираження в обліковій та звітній документації. Великі обсяги та різноманітність облікових даних, а також ретроспективний характер звітності не сприяють своєчасному виявленню кризових явищ. Оцінювання погіршення фінансового стану можна здійснити застосовуючи сучасну методологію аналізу. А тому розроблення методики превентивного оцінювання фінансового стану суб'єкта господарювання набуває особливої актуальності.