продукцию компаний. Поэтому компаниям необходимо создавать набор инструментов PR, который бы учитывал потребности дилеров и широкой общественности [4].

В результате исследования конъюнктуры фармацевтической и автомобилестроительной отраслей были выделены и систематизированы следующие факторы, определяющие выбор компаниями PR-стратегии:

1) законодательные ограничения в отрасли;
2) степень государственного вмешательства;
3) экономическая конъюнктура отрасли на определенный момент времени;
4) уровень конкуренции;
5) степень социальной ответственности бизнеса;
6) приоритетность групп целевой аудитории [1, 3].

Для эффективного позиционирования на рынке, формирования положительного отношения общественности и поддержания доверительных отношений компаниям необходимо учитывать специфические отраслевые факторы и проводить непрерывный мониторинг рыночной конъюнктуры.

Список литературы: **1** *Алешина И.В.* Паблик рилейшнз для менеджеров. Учебник.- М.: ИКФ «ЭКМОС», 2002 г. – 480 с// **2.** «PR активность на фармацевтическом рынке», *Елена Пупинь*, Источник: CreateBrand, 2005. **3.** www.pronline.ru, «*Продвижение* фармацевтических препаратов: результат и закон», 21.01.2005 **4.** Рыночная модель конкурентоспособности продукции / *Г. Сабецкая* // Маркетинг. - 2006. - № 1. **5.** *Чумиков А.Н.* Связи с общественностью. Москва, Дело, 2000.

УДК 65.012.32:336.279

ФІЛОНЕНКО Ю.О.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ ПРОГНОЗУВАННЯ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВ

Методичне забезпечення діагностики кризового стану та загрози банкрутства характеризується великою різноманітністю підходів та інструментів її проведення. Наявність різноманітних методик діагностики кризових явищ підприємства обумовлює доцільність їх системної класифікації, яка надасть можливість об’єднати різноманітні методичні підходи в окремі групи, визначити спільні проблеми та недоліки, що притаманні окремим розробкам.

Залежно від статусу методичні підходи до проведення діагностики поділяються на державні та наукові. Залежно від методики визначення оціночних показників можуть бути виділені такі методичні підходи: коефіцієнтний підхід, індексний підхід, агрегатний підхід. Серед найбільш поширених методів формування узагальнюючого показника визначені: індексний, графічний, статистичний методи. [1]

Коефіцієнти-індикатори кризових явищ класифікують за такими ознаками: залежно від інформаційного забезпечення розрахунку (показники експрес та поглибленої діагностики), залежно від функціонального спрямування (показники, що характеризують платоспроможність, структуру капіталу, ділову активність та прибутковість діяльності), залежно від функціональних можливостей (показники теперішньої та майбутньої загрози банкрутства). [1]

Простим для застосування та поширеним прийомом діагностики є побудова балансових (агрегатних) моделей оцінки фінансового стану. Найбільшого поширення набула балансова модель, описана у працях В.Ковальова та його послідовників. Поглиблення діагностичних можливостей агрегатних (балансових) моделей може бути забезпечено таким чином: розробка програмного забезпечення, проведення не тільки моментного, а й динамічного дослідження визначених агрегатних показників та співвідношень між ними, що дозволяє визначити напрямок руху підприємства в межах визначених типологічних стандартів оцінки фінансової стійкості. [2] Широке визнання для проведення діагностики набули також матричні моделі ідентифікації стану підприємства, розроблені у працях французьких дослідників Франшона та Романе.

Графічні методи діагностики фінансового стану та загрози банкрутства, як правило, не мають самостійного значення, а використовуються для кращої інтерпретації результатів досліджень та висновків, отриманих за допомогою попередньо розглянутих методів та прийомів.

Розробкою статистичних моделей прогнозування банкрутства займалися такі видатні закордонні вчені: Альтман, Спрінгейт, Конан, Гольдер, Тофлер, Тисшоу, Ліс, Чессер та ін. [3] Е. Альтман є засновником технології розробки багатофакторної статистичної моделі прогнозування банкрутства на базі застосування багатофакторного дискримінантного аналізу. При застосуванні статистичних моделей суттєвою перешкодою є інформаційна база розробки моделі, тобто створення репрезентативної вибірки з-поміж підприємств типових банкрутів та небанкрутів.

Для діагностики кризи розвитку підприємства слід широко використовувати автоматизовані системи діагностики.

Список літератури: 1. *Л.О.Лігоненко* Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій - К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2001. – 580 с. **2.** *Ковалев В.В.* Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. - М.: Финансы и статистика, 1996. - 432 с **3**. Теория и практика антикризисного управления: Учебник для вузов/ *Г.З. Базаров, С.Г. Беляев, Л.П. Белых* и др.; Под ред. *С.Г. Беляева и В.И. Кошкина*. - М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1996. - 469 с., с. 95-97.