

**Шурпенкова Р. К.,**  
к.е.н., доцент, доцент кафедри облікових технологій та оподаткування,  
**Сарахман О. М.,**  
к.е.н., доцент, доцент кафедри облікових технологій та оподаткування,  
Львівський національний університет імені Івана Франка

## МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ СТУПЕНЯ ЗБАЛАНСОВАНOSTІ СТРУКТУРИ ГОСПОДАРСЬКОГО ПОРТФЕЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

Проблемам дослідження та оптимізації господарського портфеля підприємства присвячені праці таких відомих вітчизняних та зарубіжних вчених: Ансофф І., Букерсея Ф., Дійапа А., Довгань Л. Е., Котлера Ф., Липчук В. М., Мескона М., Наливайко А. П., Онищенко О.М. тощо. У своїх дослідженнях вони віділяли значну увагу аналізу, класифікації, структурі та критеріям оцінки господарського портфеля. З урахуванням великої кількості теоретичних та практичних розробок, пріоритетом є більше акцентувати увагу на методах, які забезпечують адаптацію до конкретної ситуації підприємства.

Обґрунтування та прийняття маркетингових рішень щодо господарського портфеля підприємства вимагає системного та обґрунтованого підходу. Нижче наведено декілька методичних підходів, що доцільно використовувати в цьому контексті [1, с. 166-170].

*Таблиця 1*

### Методичні підходи оцінки ступеня збалансованості структури господарського портфеля підприємства

Методичні підходи	Характеристика
1	2
Системний аналіз	Застосування системних методів аналізу для вивчення взаємозв'язків між різними компонентами господарського портфеля. Врахування внутрішніх і зовнішніх факторів, які впливають на продукти або послуги підприємства.

1	2
Метод SWOT-аналізу	Визначення внутрішніх сильних і слабких сторін підприємства, а також зовнішніх можливостей і загроз. Це допомагає ідентифікувати ключові напрямки розвитку та проблеми в господарському портфелі.
Аналіз конкурентної ситуації	Вивчення конкурентів, їхніх продуктів та стратегій для визначення конкурентних переваг і можливостей підприємства на ринку.
Аналіз попиту і споживчої поведінки	Вивчення потреб споживачів, їхніх уподобань та звичок для адаптації продуктів або послуг до ринкових вимог.
Прогнозування та дослідження ринку	Використання методів прогнозування для визначення тенденцій розвитку ринку та попиту на продукти або послуги підприємства.
Аналіз ефективності маркетингових кампаній	Оцінка результатів попередніх маркетингових заходів для визначення їхньої ефективності та виокремлення найуспішніших стратегій.
Стратегічне планування	Розробка довгострокових стратегій розвитку господарського портфеля підприємства, враховуючи всі вищезазначені аспекти та спрямовуючи їх на досягнення цілей підприємства.

Ці методичні підходи можна використовувати як окремо, так і в комбінації для більш детального та комплексного обґрунтування та прийняття маркетингових рішень щодо господарського портфеля підприємства.

Критерії вибору методики формування господарського портфелю, так само як і результат цього вибору, зумовлюються конкретними цілями підприємства. Одним із найпоширеніших критеріїв оцінки ефективності господарського портфелю є його середньозважена рентабельність. Альтернативними критеріями можуть бути частка галузевого ринку, індекс лояльності наявних клієнтів тощо. Ефективність господарського портфелю, оцінена за одним із цих критеріїв, може свідчити про результативність методики, на основі якої він формувався. Тобто за цими критеріями методика оцінюється постфактум. А під час самого процесу вибору оцінюються зазвичай лише можливі затрати коштів, часу та ресурсів та відповідність тієї чи іншої методики встановленим цілям [2].

Зазвичай найбільше задоволення потреб покупців визначають правильним процесом формування господарського портфеля підприємства. Цей процес

призводить до підвищення реальних прибутків, покращення конкурентних позицій і підвищення економічної стабільності підприємства. У контексті формування діяльності та стратегії розвитку підприємства вирішальну роль відіграє ефективне створення господарського портфеля, який буде визначати результати роботи організації як у короткостроковій, так і у довгостроковій перспективі [3].

Для комплексного та об'єктивного аналізу діяльності підприємства, формування господарського портфеля потрібно проводити за принципом збалансованості, що передбачає дотримання балансу між цілями на різних рівнях організації. Формування збалансованого портфеля можливе лише при умові використання системного підходу, що охоплює аналіз чинників як внутрішнього, так і зовнішнього впливу, їхніх взаємозв'язків.

Прийняття обґрунтованих маркетингових рішень щодо стратегічних господарських підрозділів як елементів господарського портфеля є важливою частиною успішної управлінської діяльності будь-якого суб'єкта підприємництва, метою якого є високо результативне та довгострокове функціонування на ринку.

### Література

1. Данилюк В. Використання стратегічних господарських підрозділів в організаційній структурі виробників хлібопекарського обладнання України. *Економічний аналіз*. 2012. Вип. 11. Частина 2. С. 166-170.
2. Transformation of Ukraine's economy: formation of an inclusive economy system and functionality of financial inclusion : Scientific monograph. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. 428 p. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-321-7-5> ISBN 978-9934-26-321-7
3. Удосконалення системи бухгалтерського обліку, аналізу і контролю як інформаційного забезпечення управління суб'єктами господарювання: монографія / авт. кол.; за ред. д-ра екон. наук, проф. В.С. Рудницького. Львів, «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2018. 275 с.