МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

За загальною редакцією
І. В. Сіменко, Т. Д. Косової

Рекомендовано
Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України
для студентів вищих навчальних закладів

«Видавництво
«Центр учбової літератури»
Київ – 2013

УДК 005.52:330.1(075.8)
ББК 65.053я73
А 64

Гриф надано
Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України
(*Лист № 1/11-19749 від 21.12.2012 р.*)

Рецензенти:
Мних Є. В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансового аналізу і контролю Київського національного торговельно-економічного університету;
Лазаришина І. Д. – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри обліку та аудиту Національного університету водного господарства та природокористування (м. Рівне);
Родіонов О. В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри аудиту і контролінгу Луганського національного аграрного університету;
Іонін Є. Є. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічного аналізу господарської діяльності Донецького національного університету.

Колектив авторів:
д.е.н., професор ***Сіменко І. В.*** – передмова, теми 3, 7, 8;
д.е.н., професор ***Косова Т. Д.*** – теми 1, 2, 4, 5;
к.е.н., доцент ***Гречина І. В.*** – теми 8, 11;
к.е.н., доцент ***Ващенко Л. О.*** – теми 3, 12;
к.е.н., доцент ***Сухарев П. М.*** – тема 9;
к.е.н., доцент ***Глущенко Я. І.*** – тема 10;
к.е.н. ***Бедзай О. В.*** – тема 6;
к.е.н., доцент ***Ангеліна І. А.*** – тема 4;
к.е.н. ***Шухман М.Е.*** – тема 9.
За загальною редакцією І. В. Сіменко, Т. Д. Косової

Аналіз господарської діяльності [текст] : навчальний посібник /
А 64 [за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової] – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 384 с.

ISBN 978-617-673-209-9

У навчальному посібнику розкрити теоретичні основи аналізу господарської діяльності підприємств в тому числі організаційне, інформаційне та методичне забезпечення; висвітлена методика аналізу і прогнозування господарської діяльності та її результатів; розглянуто аналіз конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та результативності бізнес-процесів.

Навчальний посібник виконаний з урахуванням кредитно-модульної системи організації навчального процесу. Призначений для студентів економічних спеціальностей, аспірантів, викладачів вищих навчальних закладів, практичних працівників.

УДК 005.52:330.1(075.8)
ББК 65.053я73

ISBN 978-617-673-209-9

© Сіменко І.В., Косова Т.Д., Гречина І.В. та ін., 2013
© «Видавництво «Центр учбової літератури», 2013

ЗМІСТ

Передмова 7

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ** 9

Тема 1. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ 9

1.1. Система управління підприємством: характеристика, склад та взаємозв'язок функцій 9
1.2. Поняття аналізу господарської діяльності: предмет, об'єкт, функції, роль та задачі 12
1.3. Принципи проведення аналізу господарської діяльності 14
1.4. Взаємозв'язок управлінських рішень та аналізу господарської діяльності 16
1.5. Технологія прийняття управлінських рішень за результатами аналізу господарської діяльності 19
Контрольні питання до теми 23
Тематика доповідей 23
Тестові завдання 23

Тема 2. ВИДИ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ . . 25

2.1. Історія і перспективи розвитку аналізу господарської діяльності. 25
2.2. Взаємозв'язок аналізу діяльності суб'єктів господарювання з іншими дисциплінами. 27
2.3. Класифікація та взаємозв'язок видів аналізу господарської діяльності 28
2.4. Характеристика основних видів аналізу 30
2.5. Значення окремих видів аналізу господарської діяльності в управління підприємством 32
Контрольні питання до теми 33
Тематика доповідей 34
Тестові завдання 34

Тема 3 ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ 35

3.1. Організація аналітичної роботи на підприємстві 35
3.2. Етапи проведення аналізу господарської діяльності на підприємстві. . . . 37
3.3. Система економічної інформації, її особливості. 41
3.4. Сутність процесу забезпечення аналізу господарської діяльності інформацією і вимоги до неї 43
3.5. Класифікація інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності 47
3.6. Характеристика основних джерел інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності. 50
Контрольні питання до теми 55
Тематика доповідей 56
Тестові завдання 56

Тема 4. МЕТОДИЧНІ ПРИЙОМИ АНАЛІТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ 59

4.1. Сутність, зміст і особливості методу та методики аналізу господарської діяльності 59
4.2. Класифікація методичних прийомів аналітичних досліджень 60
4.3. Характеристика математичних способів та прийомів аналізу господарської діяльності 61
4.4. Характеристика евристичних способів та прийомів аналізу господарської діяльності 64
Контрольні питання до теми 68
Тематика доповідей 68
Тестові завдання 68

Тема 5. МЕТОДИЧНІ ПРИЙОМИ ТА СПОСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 70

5.1. Сутність та характеристика детермінованих факторних систем 70
5.2. Сутність та характеристика прийомів детермінованого факторного аналізу 72
5.3. Загальна характеристика способів комплексної оцінки 76
5.4. Прийоми оптимізації показників 81
Контрольні питання до теми 85
Тематика доповідей 85
Тестові завдання 85
Практичні завдання 87

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. **АНАЛІЗ І ПРОГНОЗУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ РЕЗУЛЬТАТІВ** 89

Тема 6. КОНТРОЛЬНО-ДІАГНОСТИЧНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 89

6.1. Сутність, зміст, мета та задачі діагностики діяльності підприємства . . . 89
6.2. Попереднє діагностування узагальнюючих показників ефективності функціонування підприємства 92
6.3. Діагностика технічного потенціалу підприємства 98
6.4. Діагностика трудових ресурсів підприємства 107
6.5. Діагностика фінансової стійкості підприємства 113
Контрольні питання до теми 118
Тематика доповідей 118
Тестові завдання 119
Практичні завдання 121

Тема 7. МЕТОДИ І МОДЕЛІ ПРОГНОЗУВАННЯ, ПОШУКУ ПОТЕНЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ 124

7.1. Сутність, значення та задачі прогнозування розвитку підприємства . . 124
7.2. Методи прогнозування розвитку підприємства 126
7.3. Поняття, принципи організації пошуку і підрахунку потенційних можливостей розвитку підприємства 128

7.4. Методика підрахунку і обґрунтування потенційних можливостей розвитку підприємства . . . 131
7.5. Оптимізація величини прибутку підприємства . . . 132
Контрольні питання до теми . . . 134
Тематика доповідей . . . 135
Тестові завдання.. . . . 135
Практичні завдання . . . 137

Тема 8. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА . . . 138

8.1. Значення, мета та задачі аналізу фінансової звітності підприємства . . 138
8.2. Аналіз складу, структури і динаміки майна підприємства та джерел його формування . . . 143
8.3. Оцінка ефективності використання майна та оптимальності структури капіталу підприємства . . . 154
8.4. Аналіз доходів, витрат та фінансових результатів роботи підприємства . . 160
8.5. Аналіз надходження та вибуття грошових коштів підприємства . . . 175
8.6. Аналіз структури та динаміки власного капіталу підприємства . . . 181
Контрольні питання до теми . . . 183
Тематика доповідей . . . 184
Тестові завдання . . . 184
Практичні завдання . . . 187

Тема 9. АНАЛІЗ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА . . . 191

9.1. Сутність, зміст та види бізнес-процесів підприємства . . . 191
9.2. Значення, мета, задачі та інформаційне забезпечення аналізу бізнес-процесів . . . 195
9.3. Аналіз процесу постачання матеріальних ресурсів на підприємстві . . 198
9.4. Аналіз процесу виробництва готової продукції . . . 204
9.5. Аналіз процесу реалізації готової продукції . . . 221
9.6. Аналіз процесу розрахунків з покупцями готової продукції . . . 228
9.7. Можливості оптимізації бізнес-процесів підприємства . . . 237
Контрольні питання до теми . . . 238
Тематика доповідей . . . 239
Тестові завдання . . . 240
Практичні завдання . . . 243

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. **АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ, ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ** . . . 247

Тема 10. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА . . . 247

10.1. Поняття, сутність і зміст конкурентоспроможності підприємства . . . 247
10.2. Значення, мета, задачі та інформаційне забезпечення аналізу конкурентоспроможності підприємства . . . 251
10.3. Показники конкурентоспроможності: техніка розрахунку та характеристика . . . 253
10.4. Аналіз конкурентних позицій підприємства . . . 264
10.5. Можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства . . . 272
Контрольні питання до теми . . . 273

Тематика доповідей . . . 274
Тестові завдання . . . 274
Практичні завдання . . . 275

Тема 11. ОСНОВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО АНАЛІЗУ . . . 278

11.1. Значення, інформаційне забезпечення і задачі аналізу інвестиційної діяльності підприємства. . . . 278
11.2. Методи аналізу і оцінки реальних інвестицій . . . 283
11.3. Методика аналізу фінансових інвестицій підприємства . . . 295
11.4. Методика оцінки інвестиційної привабливості підприємства . . . 296
11.5. Прогнозування інвестиційної привабливості підприємства . . . 302
Контрольні питання до теми . . . 307
Тестові завдання . . . 308
Практичні завдання. . . . 309

Тема 12. СИСТЕМИ АНАЛІТИЧНОГО ВИМІРЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ БІЗНЕСУ ТА МЕТОДИ ПОБУДОВИ РЕЙТИНГОВИХ ОЦІНОК . . . 311

12.1. Значення, мета, задачі та інформаційне забезпечення аналізу результативності бізнесу. . . . 311
12.2. Система відносних показників, які характеризують результативність бізнесу . . . 312
12.3. Аналіз впливу факторів на відносні показники результативності бізнесу . . . 317
12.4. Аналіз рентабельності підприємства з використанням моделі Дюпона . . . 321
12.5. Сутність та види рейтингових оцінок . . . 324
12.6. Рейтингова оцінка інвестиційної привабливості підприємства . . . 325
Контрольні питання до теми . . . 327
Тематика доповідей . . . 327
Тестові завдання . . . 327
Практичні завдання . . . 329

Список рекомендованої літератури . . . 331

Глосарій . . . 341

Предметний покажчик . . . 353

Додатки . . . 357

ПЕРЕДМОВА

Сучасний стан економіки, який віддзеркалює наслідки світової фінансової кризи, та характеризується наявністю депресивних ознак, вимагає від суб'єктів господарювання науково-обґрунтованих та якісно нових управлінських рішень щодо пошуку ключових факторів забезпечення їх життєздатності, сталого розвитку, високих рейтингових позицій. Максимально ефективний шлях для подолання існуючих проблем — це розвиток та удосконалення аналітичної підсистеми управління підприємством. Основними напрямами, удосконалення яких сприяє досягненню сформованої мети, є:

- оптимізація організаційного забезпечення;
- повне та раціональне застосування інформаційного забезпечення;
- вдосконалення методик аналітичної оцінки.

Все це відбувається з однією ціллю — оптимізувати діяльність підприємства.

У сучасних умовах будь-який фахівець, що має відношення до організації і управління бізнесом, повинен володіти певним аналітичним інструментарієм, знати і розуміти логіку проведення аналітичних процедур. Запропонований навчальний посібник призваний:

- підвищити рівень теоретичної підготовки фахівців;
- надати можливість опанувати запропоновані методики аналізу;
- вдосконалити технологію формування обґрунтованих висновків та рекомендацій за результатами проведеного аналізу;
- розвинути здатність сприйняття економічних процесів та явищ, що відбуваються на підприємстві, у їх взаємозв'язку та взаємозалежності.

Все це винятково важливо для ефективного антикризового управління, оптимізації основної діяльності суб'єктів господарювання з урахуванням сучасних інноваційних тенденцій.

Представлений навчальний посібник відповідає вимогам часу та враховує останні зміни у стандартах бухгалтерського обліку, фінансової і статистичної звітності, нормативно-правових актів тощо. Його написання є результатом глибокого дослідження та критичної оцінки існуючих навчальних посібників, періодичної літератури, зарубіжного досвіду та вимог практики. При написанні навчального посібника вико-

ристано результати дисертаційних робіт авторів, кращі досягнення наукової школи кафедри контролю і аналізу господарської діяльності Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського.

Структура і зміст навчального посібника відповідає програмі начальної дисципліни (модулю) «Аналіз господарської діяльності», яка є нормативною для студентів напряму підготовки 6.030509 «Облік і аудит» ОКР «бакалавр».

Навчальний посібник виконаний з урахуванням кредитно-модульної системи організації навчального процесу. Пропонуються до вивчення наступні модулі:

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи аналізу господарської діяльності.

Змістовий модуль 2. Аналіз і прогнозування господарської діяльності підприємства та її результатів

Змістовий модуль 3. Аналіз конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та результативності бізнес-процесів.

Кожна тема дисципліни (модулю) містить:

- теоретичні положення;
- формалізовані методики аналізу, які супроводжуються прикладами розрахунків;
- контрольні запитання, які дають змогу провести самоперевірку засвоєння матеріалу;
- тематику доповідей для поглиблення знань та отримання досвіду наукової роботи;
- тестові завдання з одним вірним варіантом відповіді, що активізують навчальний процес;
- практичні завдання, які сприятимуть формуванню та розвиненню досвіду апробації отриманих теоретичних знань;
- посилання на рекомендовану літературу, дослідження якої сприятиме поглибленню знань з теми, яка вивчається.

Для кращого сприйняття термінологічного матеріалу студентам запропоновано глосарій, для спрощення пошуку необхідного матеріалу — предметний покажчик.

У додатку наведено фінансову звітність підприємства, на матеріалах якої у тексті навчального посібника проведено розрахунки.

Рекомендований студентам список літератури містить значний перелік останніх нормативно-правових актів, навчальних посібників, монографій та статей із науково-практичних видань. Ця інформація дозволить студентам поглибити знання щодо найбільш цікавих для них питань.

Бажаємо успіху у вивченні дисципліни!

Змістовий модуль 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 1

—♦—

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ

1.1. Система управління підприємством: характеристика, склад та взаємозв'язок функцій
1.2. Поняття аналізу господарської діяльності: предмет, об'єкт, функції, роль та задачі
1.3. Принципи проведення аналізу господарської діяльності
1.4. Взаємозв'язок управлінських рішень та аналізу господарської діяльності
1.5. Технологія прийняття управлінських рішень за результатами аналізу господарської діяльності

1.1. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: ХАРАКТЕРИСТИКА, СКЛАД ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ФУНКЦІЙ

Згідно з основними положеннями теорії систем, будь-який об'єкт, явище чи процес (включаючи підприємство) можна розглядати як систему. Під *системою* розуміють сукупність взаємозв'язаних в одне ціле елементів. *Елемент системи* — це частина цілого, яка в процесі аналізу не підлягає поділу на складові. Отже, для будь-якої системи характерно, що:

1) вона складається з двох або більшої кількості елементів;

2) кожний її елемент має властиві лише йому якості;

3) між елементами системи існують зв'язки, за допомогою яких вони впливають один на одного;

4) система не може існувати поза часом і простором. Вона має часову сутність (її склад може бути визначений у кожний даний момент), а також свої межі та навколишнє середовище.

Особливість підприємства як системи полягає в тому, що підприємство — це відкрита система, яка може існувати лише за умови активної взаємодії з навколишнім середовищем. Воно вибирає з проміжного та загального зовнішнього середовища основні фактори виробництва і,

перетворюючи їх на продукцію (товари, послуги, інформацію) та відходи, передає знов у зовнішнє середовище. Умовою життєздатності системи є корисний (вигідний) обмін між «входом» і «виходом».

Система управління підприємством є сукупністю трьох підсистем: власне системи управління, системи, що управляється, та інформаційної системи.

Інформаційна система управління включає всі види обліку, що створюють масив управлінської інформації, який характеризує стан системи, що управляється, та виконання управлінських рішень. Уся управлінська інформація аналізується, і відповідно до результатів аналізу готуються проекти управлінських рішень, які передаються в систему управління. Аналіз господарської діяльності займає важливе місце в інформаційній підсистемі управління, дозволяє економічно обґрунтувати управлінські рішення і здійснювати їх моніторинг.

У системі, що управляє, проекти управлінських рішень разом з іншою інформацією використовуються відповідно до загальних функцій управління для формулювання управлінських рішень, які передаються на об'єкт управління (систему, що управляється). В *об'єкті управління* управлінські рішення передаються у відповідні підрозділи та забезпечується контроль за їх виконанням. Щодо всіх операцій, які здійснюються в підрозділах, формується відповідна первинна інформація, яка в порядку зворотного зв'язку направляється в інформаційну систему управління.

Система управління підприємством передбачає диференціацію та координацію управлінської діяльності за виконуваними функціями. Під *функцією управління* слід розуміти продукт поділу і спеціалізації управлінської праці, відокремлений напрямок управлінської діяльності, що дозволяє здійснювати управлінський вплив. За ознакою інваріантності розрізняють загальні (ключові) функції, що розкривають склад процесу управління, і специфічні (конкретні) функції, що вказують напрямок цілеспрямованого впливу на той чи інший вид виробничої діяльності.

До основних функцій управління відносять: аналіз; облік; планування; організацію; мотивацію; контроль.

Як функція управління, *аналіз господарської діяльності* орієнтований насамперед на оцінку виконання зобов'язань і стану підприємства, виявлення і реалізацію резервів виробництва і, що найголовніше, на обґрунтування управлінських рішень. Прийняттю будь-якого рішення повинні передувати аналітичні розрахунки, тому кожен представник апарату управління повинен бути добре обізнаний в теорії і особливо в методології аналізу господарської діяльності. Практика підтверджує, що за допомогою аналізу господарської діяльності можна дати повну характеристику об'єкта управління; результати аналізу господарської діяльності служать цілям управління як засіб обґрунтування управлінсь-

ких рішень і одночасно як засіб контролю за їх виконанням. Накопичені за допомогою аналізу господарської діяльності знання про закономірності розвитку об'єкта дослідження сприяють підвищенню ефективності виробництва, поповнюють систему знань науки управління. Врешті-решт, які б задачі не ставилися перед економічним аналізом, він служить насамперед цілям управління як засіб прийняття рішень.

Бухгалтерський облік як функція управління включає в себе безперервне і взаємозв'язане спостереження (сприйняття, збирання), реєстрацію, нагромадження і зберігання первинних фактів господарської діяльності підприємства з метою подальшої їх систематизації та обґрунтування у вигляді облікових показників, що відображують кількісну оцінку та якісну характеристику конкретних економічних явищ (процесів).

Планування — функція управління, що визначає перспективи розвитку економічної системи та її майбутній стан, обумовлені темпами розвитку, джерелами, обраними методами і формами виробництва для досягнення сформульованої мети у вигляді конкретних планових моделей (розрахунків) завдань і показників з установленням термінів виконання.

Організація — функція управління, метою якої є формування керівної і керованої систем, а також зв'язків і відносин між ними, що забезпечують кооперування людей і знарядь праці з максимальною ефективністю протікання їх спільної трудової діяльності. Особливість функції організації стосовно інших полягає у тому, що вона є єдиною функцією, яка забезпечує взаємозв'язок і підвищує ефективність всіх інших функцій управління. Результатом здійснення функції організації є створення на основі об'єктивних функцій управління відповідних органів управління; побудова чіткої структури апарату управління; обґрунтоване формування управлінських підрозділів; розробка положень про органи управління і посадових інструкцій; встановлення взаємозв'язків між управлінськими підрозділами; розстановка управлінських кадрів за функціональною ознакою; розробка нормативів, методик, технологічних карт тощо.

Мотивація — функція управління, яка вказує на комплекс причин, які спонукають членів трудового колективу до спільних впорядкованих і узгоджених дій для досягнення поставленої перед суб'єктом господарювання мети.

Контроль — функція управляння, яка завершує будь-яку діяльність і представляє собою перевірку, а також постійне спостереження з метою перевірки чи нагляду. Він найщільніше переплетений з іншими елементами системи управління, відтак за його допомогою можна визначити, наскільки ефективно працює підприємство. Контроль не є самоціллю, він лише коригує вироблену стратегію. Отже, метою контролю є виявлення потенційних можливостей, проблем, надання рекомендацій

стосовно програми стратегічних і тактичних дій щодо комплексного удосконалення господарської діяльності підприємства з орієнтацію на прийняту стратегію.

Специфічні функції управління підприємством вказують напрямок впливу на будь-яку сферу виробничої діяльності, вони обумовлені багатосторонньою діяльністю підприємства та змістом його виробничих процесів. Тому під специфічними функціями управління розуміють результат поділу управлінської праці. Такі функції включають види діяльності, які розрізняються призначенням і засобами реалізації.

Об'єктом управління є організаційно відокремлена ланка, яка забезпечує одну із стадій або частину стадії виробничо-господарського процесу і є основою цілеспрямованого управлінського впливу. З огляду на особливості виробничо-господарських процесів підприємства, до конкретних функцій управління виробництвом продукції варто віднести:

— управління науково-технічною підготовкою виробництва;
— управління основним, допоміжним і обслуговуючим виробництвом;
— управління якістю продукції;
— управління персоналом підприємства;
— управління матеріально-технічним постачанням;
— управління фінансами;
— управління збутом продукції;
— управління маркетингом;
— управління розвитком і удосконаленням системи адміністрування тощо.

За змістом кожна конкретна функція управління на підприємстві є комплексною і включає аналіз, планування, організацію, мотивацію і контроль організаційно відокремлених об'єктів впливу, окремих аспектів виробництва. Необхідно зазначити, що основний склад конкретних функцій управління підприємством принципово не змінюється зі зміною масштабу і характеру виробництва. Більш того, вони подібні навіть на підприємствах різних галузей народного господарства. Різними залишаються лише обсяг і структура виконання функцій управління.

1.2. Поняття аналізу господарської діяльності: предмет, об'єкт, функції, роль та задачі

Аналіз господарської діяльності є самостійною галуззю наукових знань, що має свій зміст. *Аналіз господарської діяльності як наука* — це система спеціальних знань, що пов'язані:

а) з дослідженням економічних процесів у їх взаємозв'язку, що складаються під впливом об'єктивних економічних законів;

б) з науковими обґрунтуваннями бізнес-планів, з об'єктивною оцінкою їх виконання;

в) виявленням позитивних та негативних факторів і кількісним вимірюванням їх дії;

г) з розкриттям тенденцій та пропорцій господарського розвитку, з визначенням невикористаних внутрішньогосподарських резервів;

д) з узагальненням передового досвіду, з прийняттям управлінських рішень.

У ході аналізу господарської діяльності всі явища вивчаються у взаємозв'язку та взаємообумовленості. *Причинний або факторний* аналіз виходить з того, що кожна причина, кожний фактор отримує відповідну оцінку.

Фактор (лат. factor — продукуючий) у процесі аналізу господарської діяльності визначається як рушійна сила, причина будь-якого процесу, явища, істотні обставини у їх визначенні. З погляду побудови технології аналітичного процесу важливим є розмежування сукупності факторів за такими ознаками: кількісними й якісними; істотними і неістотними (другорядними); постійними і випадковими; інтенсивними і екстенсивними. У процесі аналізу не тільки відкриваються та аналізуються основні фактори, що впливають на господарську діяльність, а й вимірюється сила їх впливу.

Отже, *змістом аналізу господарської діяльності* є комплексне дослідження процесів основної діяльності підприємств та їх структурних підрозділів, визначення причинно-наслідкових зв'язків і тенденцій розвитку з метою обґрунтування управлінських рішень та оцінки їх ефективності.

Вивчення явищ природи і громадського життя неможливе без аналізу. Термін «аналіз» походить від грецького слова *«analisys»,* що в перекладі означає «розділяю», «розчленовую». Таким чином, *аналіз у вузькому розумінні* є розчленовуванням явища або предмета на складові частини (елементи) для їхнього вивчення. Наприклад, щоб зрозуміти сутність собівартості продукції, необхідно знати не тільки те, з яких елементів вона складається, а й від чого залежить її розмір за кожною статтею витрат. Чим детальніше буде диференційований приріст собівартості за елементами і чинниками, тим глибше ми будемо знати економічне явище і більш ефективно управляти процесом формування собівартості продукції.

Сучасна діалектика виходить із єдності аналізу і синтезу як наукових методів пізнання дійсності. Лише ця єдність забезпечує наукове дослідження явищ у всебічному діалектичному зв'язку.

Аналіз господарської діяльності — самостійна галузь наукових знань, що має свій предмет і об'єкти дослідження.

Сукупним об'єктом аналізу є основна (звичайна) діяльність підприємства та її економічні результати. Основна діяльність — операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу.

Предметом аналізу господарської діяльності є причинно-наслідкові зв'язки економічних процесів діяльності підприємств. Тільки розкривши причинно-наслідкові зв'язки різних сторін діяльності, можна визначити, як зміняться фінансові результати основної діяльності за рахунок того чи іншого фактора, провести обґрунтування будь-якого управлінського рішення.

Предмет аналізу господарської діяльності розкривається через його об'єкти: обсяг виробництва і продажу, забезпеченість трудовими, матеріальними та фінансовими ресурсами, фінансовий стан підприємства тощо.

Завдання аналізу господарської діяльності визначаються його змістом та предметом. Основними з них є:

вивчення характеру дії економічних законів, установлення закономірностей і тенденцій економічних явищ і процесів у конкретних умовах підприємства;

наукове обґрунтування поточних і перспективних планів;

моніторинг виконання планів і управлінських рішень;

визначення економічної ефективності використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів;

оцінка фінансових результатів діяльності підприємства;

виявлення та вимірювання внутрішніх резервів;

розробка заходів по використанню виявлених резервів.

1.3. Принципи проведення аналізу господарської діяльності

Аналітичне дослідження, його результати та їхнє використання в управлінні виробництвом мають відповідати визначеним вимогам. Важливішими принципами аналізу є (рис. 1.1):

державний підхід — оцінка результатів діяльності підприємства з урахуванням державної, економічної, соціальної, екологічної, міжнародної політики та чинного законодавства тощо;

науковість — використання діалектичної теорії пізнання, економічних законів розвитку, інноваційного підходу, новітніх прогресивних методів економічних досліджень;

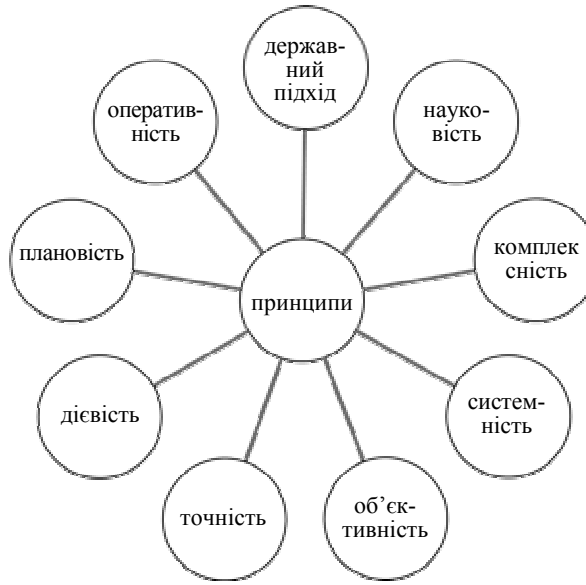

Рис. 1.1. Принципи проведення аналізу господарської діяльності

комплексність — охоплення максимуму структурних підрозділів і напрямків діяльності, всебічне вивчення причинно-наслідкових залежностей розвитку основної діяльності підприємства;

системність — розуміння об'єкту, що вивчається, як складної динамічної системи, що містить елементи, пов'язані між собою та з зовнішнім середовищем;

об'єктивність — використання перевіреної інформації, яка достовірно відбиває об'єктивну реальність;

точність — обґрунтування висновків точними аналітичними розрахунками;

дієвість — активний вплив на результати діяльності підприємства, своєчасне виявлення недоліків та прийняття відповідних управлінських рішень;

плановість — проведення за планом і систематично, що викликає необхідність планування і контролю за проведенням аналітичної роботи на підприємстві, обумовлює розподіл обов'язків між виконавцями;

оперативність — швидкий і чіткий аналіз ситуацій, генерування відповідних управлінських рішень і втілення їх у життя підприємства.

Реалізація зазначених принципів на практиці сприятиме ефективній організації і результативності аналізу господарської діяльності.

1.4. Взаємозв'язок управлінських рішень та аналізу господарської діяльності

У спеціальній літературі застосовується двояке розуміння процесу прийняття управлінських рішень. У *розширеному розумінні* прийняття рішень ототожнюється з усім процесом управління. Розширене розуміння охоплює не тільки процес прийняття рішень, але і його виконання та контроль результатів його реалізації. Але це не відповідає уявленню, що кінцевим результатом прийняття рішення є саме рішення.

У *вузькому розумінні* прийняття рішень розглядається лише як вибір кращого рішення з чисельних альтернатив. У процесі аналізу вузького розуміння необхідно враховувати, що альтернативні варіанти не виникають самі собою. Процес прийняття рішень складається не тільки з вибору кращого варіанту, але і з пошуку альтернатив, встановлення критеріїв оцінки, вибору способу оцінки альтернатив тощо.

Зважаючи на це, можна запропонувати наступне визначення: *прийняття рішення* — це процес, який починається з констатації виникнення проблемної ситуації та завершується вибором рішення, тобто вибором дії, яка спрямована на усунення проблемної ситуації.

На процес прийняття управлінських рішень впливає безліч різноманітних факторів. До найважливіших *об'єктивних факторів* відносяться такі:

— ступінь ризику — розуміється, що завжди існує імовірність прийняття неправильного рішення, яке може несприятливо впливати на організацію;

— обмеженість часу, який відводиться менеджерові для прийняття рішення.

Кінцевим результатом прийняття рішення є саме управлінське рішення, яке постає, як первісний, базовий елемент процесу управління, що забезпечує функціонування господарської організації за рахунок взаємозв'язку формальних та неформальних, інтелектуальних та організаційно-практичних аспектів менеджменту.

Управлінське рішення є інструментом впливу на об'єкт управління та окремі його підсистеми, важливою ланкою формування та реалізації відношень управління в організації; складає основу реалізації кожної функції менеджменту.

У теорії управління виділяють три основні моделі прийняття рішень:

— класична модель;

— поведінкова модель;

— ірраціональна модель.

Класична модель спирається на поняття «раціональності» в прийнятті рішень. Передбачається, що особа, яка приймає рішення повинна

бути абсолютно об'єктивною і логічною, мати чітку мету, усі її дії в процесі прийняття рішень спрямовані на вибір найкращої альтернативи.

Отже, основні характеристики класичної моделі наступні:

— чітка мета прийняття рішення;

— повна інформація щодо ситуації, яка аналізується;

— повна інформація щодо всіх можливих альтернатив і наслідків їх реалізації;

— раціональна система впорядкування переваг за ступенем їх важливості;

— мета особи, яка приймає рішення, завжди полягає у тому, щоби зробити вибір, який максимізує результат діяльності організації.

Отже, класична модель передбачає, що умови прийняття рішення повинні бути достатньо визначеними. Маючи повну інформацію, менеджери можуть вибирати альтернативу, яка найкраще відповідає потребам організації. Проте на практиці на процес прийняття рішень впливають чисельні обмежуючі та суб'єктивні фактори. Сукупність таких факторів у процесі прийняття рішень враховує поведінкова модель.

Поведінкова модель, на відміну від класичної, має наступні основні характеристики:

— не повна інформація щодо ситуації, яка аналізується;

— не повна інформація щодо всіх можливих альтернатив;

— особа, яка приймає рішення, не здатна або не схильна (або і те, і інше одночасно) передбачити наслідки реалізації кожної можливої альтернативи.

Ірраціональна модель ґрунтується на передбаченні, що рішення приймаються ще до того, як досліджуються альтернативи. Ірраціональна модель найчастіше застосовується:

— для вирішення принципово нових, незвичайних, складних проблем;

— для вирішення проблем в умовах значного дефіциту часу;

— коли менеджер або група менеджерів мають достатньо влади, аби нав'язати своє рішення.

Прийняття управлінських рішень за результатами проведеного аналізу здійснюється у рамках класичної моделі.

У спеціальній літературі застосовується двояке розуміння процесу прийняття управлінських рішень. У *розширеному розумінні* прийняття рішень ототожнюється з усім процесом управління. Розширене розуміння охоплює не тільки процес прийняття рішень, але і його виконання та контроль результатів його реалізації. Але це не відповідає уявленню, що кінцевим результатом прийняття рішення є саме рішення.

У *вузькому розумінні* прийняття рішень розглядається лише як вибір кращого рішення з чисельних альтернатив. У процесі аналізу вузького розуміння необхідно враховувати, що альтернативні варіанти не вини-

кають самі собою. Процес прийняття рішень складається не тільки з вибору кращого варіанту, але і з пошуку альтернатив, встановлення критеріїв оцінки, вибору способу оцінки альтернатив тощо.

Зважаючи на це, можна запропонувати наступне визначення: *прийняття рішення* — це процес, який починається з констатації виникнення проблемної ситуації та завершується вибором рішення, тобто вибором дії, яка спрямована на усунення проблемної ситуації.

На процес прийняття управлінських рішень впливає безліч різноманітних факторів. До найважливіших *об'єктивних факторів* відносяться такі:

— ступінь ризику — розуміється, що завжди існує імовірність прийняття неправильного рішення, яке може несприятливо впливати на організацію;

— обмеженість часу, який відводиться менеджерові для прийняття рішення.

Кінцевим результатом прийняття рішення є саме управлінське рішення, яке постає, як первісний, базовий елемент процесу управління, що забезпечує функціонування господарської організації за рахунок взаємозв'язку формальних та неформальних, інтелектуальних та організаційно-практичних аспектів менеджменту.

Управлінське рішення є інструментом впливу на об'єкт управління та окремі його підсистеми, важливою ланкою формування та реалізації відношень управління в організації; складає основу реалізації кожної функції менеджменту.

У теорії управління виділяють три основні моделі прийняття рішень:

— класична модель;

— поведінкова модель;

— ірраціональна модель.

Класична модель спирається на поняття «раціональності» в прийнятті рішень. Передбачається, що особа, яка приймає рішення повинна бути абсолютно об'єктивною і логічною, мати чітку мету, усі її дії в процесі прийняття рішень спрямовані на вибір найкращої альтернативи.

Отже, основні характеристики класичної моделі наступні:

— чітка мета прийняття рішення;

— повна інформація щодо ситуації, яка аналізується;

— повна інформація щодо всіх можливих альтернатив і наслідків їх реалізації;

— раціональна система впорядкування переваг за ступенем їх важливості;

— мета особи, яка приймає рішення, завжди полягає у тому, щоби зробити вибір, який максимізує результат діяльності організації.

Отже, класична модель передбачає, що умови прийняття рішення повинні бути достатньо визначеними. Маючи повну інформацію, мене-

джери можуть вибирати альтернативу, яка найкраще відповідає потребам організації. Проте на практиці на процес прийняття рішень впливають чисельні обмежуючі та суб'єктивні фактори. Сукупність таких факторів у процесі прийняття рішень враховує поведінкова модель.

Поведінкова модель, на відміну від класичної, має наступні основні характеристики:

— не повна інформація щодо ситуації, яка аналізується;

— не повна інформація щодо всіх можливих альтернатив;

— особа, яка приймає рішення, не здатна або не схильна (або і те, і інше одночасно) передбачити наслідки реалізації кожної можливої альтернативи.

Ірраціональна модель грунтується на передбаченні, що рішення приймаються ще до того, як досліджуються альтернативи. Ірраціональна модель найчастіше застосовується:

— для вирішення принципово нових, незвичайних, складних проблем;

— для вирішення проблем в умовах значного дефіциту часу;

— коли менеджер або група менеджерів мають достатньо влади, аби нав'язати своє рішення.

Прийняття управлінських рішень за результатами проведеного аналізу здійснюється у рамках класичної моделі.

1.5. Технологія прийняття управлінських рішень за результатами аналізу господарської діяльності

Процес прийняття управлінських рішень є складним і багатостороннім. Він включає цілий ряд стадій і операцій. кількість і конкретний зміст яких визначається менеджерами підприємства залежно від кваліфікації керівника, певної ситуації, стилю керівництва та організаційної культури тощо. Процес прийняття рішень включає такі етапи, які можуть бути поєднані один із одним як прямими, так і зворотними зв'язками. У конкретних випадках, особливо при розробці масових «стандартних» рішень, окремі етапи випадають або інтегруються. Таким чином, фактична кількість етапів визначається проблемою, яка вирішується.

І етап. Діагностика, формулювання й обґрунтування проблеми. Проблема — це складне теоретичне або практичне питання, яке вимагає вивчення, дослідження й прийняття рішень. Вона відбиває потенційну можливість щодо підвищення ефективності роботи або різницю між існуючим і бажаним станом системи.

Безпосередньо процес прийняття рішення розпочинається з отримання інформації про внутрішнє і зовнішнє середовище. У процесі її обробки визначається вірогідність і повнота інформації. Кожне управ-

лінське рішення приймається на основі аналізу лише спеціально відібраної інформації з врахуванням її особливостей. Інформація, яка не піддається формалізації, вивчається за допомогою логічного мислення, порівняння, аналогії, аналізу, синтезу, індукції, тощо. Для обробки формалізованої інформації широко застосовуються кількісні методи: складання статистичних таблиць, графіків, регресійний аналіз, логіко-математичні методи тощо. Структуризація й аналіз обробленої інформації, сукупність її об'єктивних і суб'єктивних факторів дозволяє менеджеру визначити ступінь важливості проблеми й обґрунтувати необхідність щодо її рішення. Після виявлення проблеми головним завданням менеджера є чітке її формулювання, від якого залежать важливі елементи управлінського рішення — визначення цілей і завдань, які необхідно досягти при вирішенні поставленої проблеми.

ІІ етап. Формулювання обмежень і критеріїв для прийняття управлінських рішень. Обмеження корегуючих дій звужують можливості прийняття рішень. Перед тим, як переходити до наступного етапу процесу прийняття рішень, керівник повинен чітко визначити обмеження й лише потім визначати альтернативи. До числа загальних обмежень відносять:

— недостатню кількість працівників відповідної кваліфікації й досвіду;
— необхідність застосування вдосконаленої технології;
— відсутність необхідних матеріальних ресурсів тощо.

У сучасній літературі з теорії прийняття рішень існують різні підходи щодо класифікації методів обґрунтування управлінських рішень. Один із найпоширеніших підходів класифікації представлено на рис. 1.2.

Відповідно до цієї класифікації всі методи обґрунтування управлінських рішень поділяються на кількісні та якісні.

Кількісні методи (або методи дослідження операцій) застосовують, коли фактори, що впливають на вибір рішення, можна кількісно визначити та оцінити.

Якісні методи використовують тоді, коли фактори, що визначають прийняття рішення, не можна кількісно охарактеризувати або вони взагалі не піддаються кількісному вимірюванню. До якісних методів належать в основному експертні методи.

Як наочно представлено на рисунку, аналітичні методи застосовуються в умовах однозначної визначеності інформації щодо ситуації, яка аналізується. Ця група методів характеризується тим, що встановлює аналітичні (функціональні) залежності між умовами вирішення задачі (факторами) та її результатами (прийнятим рішенням). До аналітичних належить широка група методів аналізу господарської діяльності підприємств.

Рис. 1.2. Класифікація методів обґрунтування управлінських рішень

Реалізація рішень, як правило, пов'язана з використанням трудових, матеріальних, енергетичних, фінансових та інших ресурсів. Відповідно обираються й критерії оцінки рішень, якими можуть бути найрізноманітніші показники: найменші витрати, найбільший обсяг виробництва, максимальне використання обладнання, соціальна значущість тощо. Якщо рішення приймається за одним критерієм (показником), воно є простим, якщо за кількома критеріями — складним.

III етап. Формулювання й відбір можливих варіантів рішень. При формулюванні альтернативних рішень менеджер завжди має справу з невизначеністю. Тому продовженням обробки інформаційних даних є прогнозування, яке дає можливість передбачити результати реалізації кожного варіанта рішення. Воно дає можливість серед різноманіття потенційно можливих варіантів виділити бажані, які відзначаються необхідними результатами. Послідовне накладання інших обмежень значно звужує кількість варіантів. Таким чином, проблема встановлення оптимального рішення розпадається навпіл. Перша частина проблеми зводиться до того, як із багатьох можливих варіантів відібрати найбільш раціональні, а друга — до того, як із раціональних варіантів обрати найкращий. При відборі варіантів використовуються також і евристичні методи, засновані на логіці.

IV етап. Обрання найкращого варіанта рішення. На цьому етапі виявляються альтернативи з ряду бажаних рішень і обираються кращі варіанти. З цією метою кінцевий результат реалізації кожного варіанта ретельно вивчається та порівнюється з прийнятим для даної проблеми критерієм (або критеріями). За результатами порівняння варіантів рішень обирається найвідповідніший для конкретних умов, який забезпечує найефективніше досягнення поставленої цілі. По суті, це є прийняттям рішення щодо проблеми.

V етап. Реалізація прийнятого рішення. Значення цього етапу визначається тим, що повнота реалізації прийнятих рішень забезпечує реальні результати та сенс функціонування управлінської системи.

Прийняті управлінські рішення можуть набирати письмової чи усної форми. Переважно рішення оформляються письмово: (накази, розпорядження, інструкції тощо). У цих документах повинні бути визначені мета й необхідна програма дій для виконання рішення. Реалізація прийнятого рішення вимагає розробки організаційного плану, спрямованого на досягнення мети даного рішення, у якому загальний обсяг робіт розчленовується на окремі складові. Для виконання робіт визначаються виконавці, відповідальні особи, терміни виконання. При реалізації рішення виконавці окремих робіт повинні бути наділеними певними правами та повноваженнями, й нести відповідальність залежно від завдань, які вирішуються. При цьому використовується принцип делегування відповідальності, який передбачає її розподіл між усіма учасниками як розробки, так і реалізації прийнятого рішення. При делегуванні відповідальності слід враховувати компетентність виконавців, рівень їхньої кваліфікації та досвід. В організаційному плані визначаються терміни виконання рішення й обсяг виділених ресурсів.

Після розробки плану реалізації рішення він в обов'язковому порядку доводиться до виконавців із поясненням його змісту й значення, а також передбачуваних результатів. Якщо рішення стосується колективу працівників, то програма його виконання обговорюється активом підприємства.

VI етап. Процес реалізації прийнятого рішення тісно пов'язаний із *контролем за його виконанням*. Ефективний контроль за виконанням рішення неможливий без чіткого обліку виконання окремих робіт. При цьому використовуються три види обліку: статистичний, бухгалтерський, оперативний. Завданням контролю є не лише своєчасне виявлення відхилень від визначеної програми, але й швидка їх ліквідація або упередження. Від ефективності контролю зрештою залежить реальність рішень, що приймаються, й своєчасність їх виконання.

Незалежно від стану виконання повинні підбиватися підсумки реалізації управлінського рішення, які є перевіркою ефективності використання системи прийняття й реалізації управлінських рішень.

Контрольні питання до теми

1. Надайте визначення поняття «система управління підприємством».
2. Охарактеризуйте складові елементи системи управління підприємством.
3. Охарактеризуйте функції управління підприємством та їх взаємозв'язок.
4. Визначить дефініцію аналізу господарської діяльності.
5. Що є предметом і об'єктом аналізу господарської діяльності?
6. Визначить функцію і роль аналізу господарської діяльності.
7. Які задачі стоять перед аналізом господарської діяльності?
8. Укажіть основні принципи проведення аналізу господарської діяльності.
9. Як пов'язані управлінські рішення та аналіз господарської діяльності?
10. В яких розуміннях застосовується термін «прийняття управлінських рішень»?
11. Які основні моделі прийняття управлінських рішень? Надайте їм характеристику.

Тематика доповідей

1. Взаємозв'язок аналізу господарської діяльності з іншими функціями управління.
2. Дискусійні аспекти визначення предмета аналізу господарської діяльності.
3. Дерево стилів управлінських рішень: сутність, характеристика та практика застосування.

Тестові завдання

1. Що є предметом аналізу господарської діяльності?
А) економічні процеси, явища, що відбуваються в результаті основної діяльності підприємства;
Б) економічна інформація, отримана в результаті основної діяльності підприємства;
В) взаємозв'язок факторів і причинно-наслідкові зв'язки економічних явищ і процесів.

2. Фактор в аналізі господарської діяльності має наступне визначення:
А) напрям вивчення практичної сторони діяльності підприємства;
Б) причина будь-якого процесу, явища, істотні обставини у їх визначенні;
В) ознака, покладена в основу моделювання результативних показників.

3. Що є кінцевою метою аналізу господарської діяльності:
А) комплексне дослідження процесів основної діяльності підприємств та їх структурних підрозділів;
Б) визначення причинно-наслідкових зв'язків і тенденцій розвитку діяльності підприємства;
В) обґрунтування управлінських рішень та оцінка їх ефективності.

4. Сукупним об'єктом аналізу господарської діяльності є:
А) основна діяльність підприємства та її економічні результати;
Б) економічна інформація, отримана в результаті основної діяльності підприємства;
В) взаємозв'язок факторів і причинно-наслідкові зв'язки економічних явищ і процесів.

5. Аналіз господарської діяльності є складовою підсистеми управління:
А) інформаційної;
Б) керуючої;
В) керованої.

6. Прийняття рішень — це …
А) вибір оптимального варіанту з числа переважних альтернатив;
Б) процес, який починається з констатації виникнення проблемної ситуації та завершується вибором рішення;
В) сукупність дій менеджерів, які спрямовані на усунення невизначеності про об'єкт оцінки з метою зменшення ризику.

7. Модель прийняття управлінських рішень за достатньо визначених умов на альтернативній основі є:
А) класичною;
Б) поведінковою;
В) ірраціональною.

8. Аналітичні методи в обґрунтування управлінських рішень застосовуються в умовах:
А) однозначної визначеності інформації про ситуацію;
Б) ймовірної визначеності інформації про ситуацію;
В) невизначеності інформації про ситуацію.

Література

[8, 13, 14, 76, 28, 49, 33, 35, 38, 39, 42, 47, 50, 52, 53, 55—57, 60].

Тема 2

—♦—

ВИДИ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

2.1. Історія і перспективи розвитку аналізу господарської діяльності
2.2. Взаємозв'язок аналізу діяльності суб'єктів господарювання з іншими дисциплінами
2.3. Класифікація та взаємозв'язок видів аналізу господарської діяльності
2.4. Характеристика основних видів аналізу
2.5. Значення окремих видів аналізу господарської діяльності в управління підприємством

2.1. ІСТОРІЯ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Дослідження будь-яких процесів і явищ повинно починатися з вивчення джерел їх появи. Знання історичних аспектів розвитку дає можливість проникнути в суть понять, що вивчаються, визначити передумови їх появи і розвитку, обґрунтувати правильність трактувань.

Засновником аналізу господарської діяльності по праву вважається Аристотель, який, крім безпосереднього розвитку економічної думки, намагався проникнути в сутність економічних явищ, вивчити закономірності їх розвитку. Подальший і більш інтенсивний розвиток аналіз господарської діяльності одержав завдяки англійським і французьким вченим XVII-XVIII ст. — класикам політекономії, які вперше застосували абстрактний метод дослідження. Розробка У. Петті трудової теорії вартості поклала початок дослідженню внутрішніх залежностей процесу виробництва. Продовженням розвитку аналізу господарської діяльності стала школа фізіократів, які перенесли дослідження про походження додаткового продукту у сферу виробництва і тим самим заклали основу для аналізу як самого капіталістичного виробництва, так і капіталу.

Особливе значення в історії аналізу господарської діяльності мають роботи А. Сміта і Д. Рікардо. Аналізуючи капітал, А. Сміт першим підрозділив його на основний і оборотний. Д. Рікардо охарактеризував капітал як головний фактор розвитку продуктивних сил у суспільстві. Також об'єктом його розгляду був фонд виробництва, запас засобів виробництва. Він першим висунув питання про відносну і реальну вартість товару.

Деякі вчені обґрунтовано пов'язують більш суттєвий та послідовний розвиток аналізу зі становленням бухгалтерського обліку та з появою такої науки, як балансознавство. Підвищена увага до аналізу звітності підприємств у Росії приділялася в період НЕПу. Поява великої кількості робіт, пов'язаних із аналізом інформації, відображеної в звітності,

призвела до стрімкого розвитку не тільки теоретичних знань, але й практичної спрямованості аналізу, оскільки:

— баланс уявляв основну форму фінансової звітності і був основним інформаційним забезпеченням проведення «господарського аналізу»;

— залишалися дискусійними питання оцінки статей балансу;

— актуальним було питання про реальність інформації, наданої в балансі та інших формах звітності;

— простежувалася пряма залежність між управлінням підприємством і аналізом звітності, хоча говорити про системний підхід як до процесів управління, так і аналізу було ще передчасно;

— був відсутній чіткий функціональний поділ процесу управління: ототожнення функцій контролю й аналізу.

Командно-адміністративна система управління, яка існувала тривалий час, звела всі найширші можливості аналізу господарської діяльності до єдиного розрахунку: оцінки ступеня виконання планового завдання. Така обмеженість аналізу призвела до його деградації і, як наслідок, до широкомасштабних порушень усього процесу управління економікою. У ринковій економіці значення аналізу докорінно змінюється відповідно до змін, які відбуваються у характері та цілях основної діяльності підприємств з різними формами власності та організаційно-правовими формами функціонування.

Особливості досліджень аналізу господарської діяльності обумовлюються: виділенням в економічному просторі самостійних господарюючих суб'єктів та розширенням їх складу, необхідністю поглиблення внутрішнього та зовнішнього аналізу, високою динамічністю ринкового середовища, наявністю комерційного ризику та його оцінкою, вибором ділового партнера, наявністю великої кількості конкурентів тощо. Окрім цього в сучасних умовах значно має зрости оперативність аналізу господарської діяльності та розширитись обсяг додаткової інформації, залученої до його проведення.

Нині поряд із розширенням сфери діяльності аналізу господарської діяльності удосконалюються його методи. На сучасному етапі значного поширення набула неокласична школа, яка на перший план висуває питання об'єктивності результатів аналізу в умовах інфляційних процесів; підвищення ефективності виробництва і конкурентоспроможності продукції шляхом використання результатів аналітичної роботи в процесі управління суб'єктами господарювання.

Основою будь-якого наукового знання виступає діалектична теорія пізнання, що передбачає вивчення динаміки, внутрішніх протиріч, взаємозв'язку і взаємозумовленості окремих явищ, визначення рушійних сил і об'єктивних законів розвитку. Саме діалектичний процес диференціації й інтеграції сприяв у свій час виділенню спеціальних економічних наук, у тому числі й аналізу господарської діяльності.

Некоректним є ототожнення діалектичної теорії пізнання і системного підходу до проведення досліджень. Перша являє собою одну з основних форм філософської методології, що не виступає і не може виступати у ролі конкретної наукової методології. Загальнонаукове знання діалектики конкретизується в системному підході до процесу дослідження, і, насамперед, у принципі взаємозв'язку явищ і елементів.

Системний підхід — один зі спеціальних способів наукового дослідження, за яким досліджуваний об'єкт розчленовують на елементи, що їх розглядають в єдності, тобто як систему. Сукупність елементів є субстратом системи, системоутворювальні відношення між елементами становлять структуру системи.

Системний підхід є найбільше перспективним та науково обґрунтованим напрямком удосконалення аналізу. Це пов'язано з цілою низкою факторів серед яких найбільш актуальні наступні:

— розгляд аналізу у взаємозв'язку з системою управління підприємством виступає конкретизованим принципом загальнонаукової діалектичної теорії пізнання;

— використання системного підходу до вивчення аналізу господарської діяльності, який сьогодні отримав нові практичні можливості, пов'язані в розширенням інформаційних технологій, сприяє його більш глибокому розумінню та посиленню його впливу як безпосередньо на процес управління, так і на результати діяльності підприємств.

Однак, незважаючи на суттєві переваги, яке дає використання системного підходу до вивчення складних, динамічних об'єктів, він не завжди використовується повною мірою.

2.2. Взаємозв'язок аналізу діяльності суб'єктів господарювання з іншими дисциплінами

Теоретичною основою аналізу господарської діяльності є *економічна теорія*, що вивчає загальні закони розвитку народного господарства. Ґрунтуючись на цих законах, аналіз господарської діяльності досліджує розвиток економіки окремих підприємств і об'єднань, а також певних галузей господарства.

Загальні закони розвитку господарства по-різному виявляються у його галузях. Тому при вивченні господарської діяльності конкретного підприємства (об'єднання) аналіз господарської діяльності має спиратися на особливості окремих галузей економіки. Отже, аналіз господарської діяльності безпосередньо пов'язаний з *економікою підприємства та економікою окремих галузей національного господарства* зокрема.

Іншою економічною дисципліною, з якою тісно пов'язаний аналіз господарської діяльності, є *бухгалтерський облік*. Бухгалтерський облік

і бухгалтерська звітність є основним джерелом інформації під час аналізу господарської діяльності. Використання даних бухгалтерського обліку і звітності надає аналітичним висновкам обґрунтованості. Водночас через аналіз господарської діяльності повною мірою реалізується контрольна функція бухгалтерського обліку. Аналіз господарської діяльності є важливим засобом удосконалення бухгалтерського обліку і звітності. Це виявляється у пристосуванні останнього до вимог аналізу. Ці вимоги враховують при розробці системи показників обліку і звітності, форм звітів і первинних документів, а також при механізації та автоматизації облікових робіт.

Аналіз господарської діяльності є базою *планування* і засобом оцінювання виконання плану, а також основою перевірки якості планів. Таким чином, аналіз господарської діяльності органічно пов'язаний і з плануванням. За результатами аналізу не лише виявляють ступінь виконання планів, а й вносять корективи у власне планові завдання. Щоб проводити аналіз виконання прогнозів, необхідно знати систему показників аналізу й усього методологічного прогнозування.

Окрім даних бухгалтерського обліку, в процесі аналізу господарської діяльності використовують дані статистичного обліку і звітності, матеріали вибіркових досліджень. Отже, аналіз господарської діяльності тісно пов'язаний зі *статистикою*. При аналітичній обробці інформації широко використовують спеціальні технічні прийоми статистики, зокрема такі, як групування, визначення відносних чисел та середніх показників, таблиці, графіки тощо Аналіз господарської діяльності є також засобом удосконалення статистичного обліку і звітності, що виявляється в адаптації статистичного обліку і звітності до вимог аналізу.

Безпосередньо пов'язана з економічним аналізом така економічна дисципліна, як ревізія і контроль. Цей зв'язок має зворотний характер. З одного боку, в процесі аналізу господарської діяльності використовують матеріали ревізій і деякі специфічні методи ревізій та контролю, а з іншого, отримані аналітичні результати ревізори застосовують з метою недопущення в майбутньому виявлених недоліків.

2.3. Класифікація та взаємозв'язок видів аналізу господарської діяльності

Класифікація аналізу має важливе значення для правильного розуміння його змісту і задач, для цього потрібно виокремити види аналізу господарської діяльності (рис. 2.1). Слово «вид» (лат. *species*) має багато значень, як таксономічна характеристика (лат. *taxon*, від *taxare* — «оцінювати») — це група в класифікації, що складається з дискретних об'єктів, які об'єднуються на підставі загальних властивостей і ознак.

Рис. 2.1. Класифікація видів аналізу господарської діяльності

За галузевою ознакою аналіз може бути *галузевим*, методика якого враховує специфіку окремих галузей економіки (промисловості, сільського господарства, будівництва, транспорту, торгівлі тощо), і *міжгалузевим*, що є теоретичною і методологічною основою аналізу господарської діяльності у всіх галузях національної економіки або теорією аналізу господарської діяльності.

За ознакою часу аналіз господарської діяльності поділяється на попередній (перспективний) і наступний (ретроспективний, історичний).

За просторовою ознакою можна виділити аналіз внутрішньогосподарський і міжгосподарський. Внутрішньогосподарський аналіз вивчає діяльність тільки досліджуваного підприємства і його структурних підрозділів. При міжгосподарському аналізі порівнюються результати діяльності двох або кількох підприємств.

За об'єктами управління аналіз господарської діяльності поділяється на: техніко-економічний, фінансовий, управлінський, маркетинговий, аналіз зовнішньоекономічної діяльності тощо.

За методикою вивчення об'єктів аналіз господарської діяльності можна подати так: експрес-аналіз, факторний аналіз, детермінований аналіз, стохастичний, функціонально-вартісний аналіз.

За суб'єктами (користувачами аналізу) розрізняють внутрішній і зовнішній аналіз.

За охопленням досліджуваних об'єктів аналіз ділиться на суцільний і вибірковий.

За змістом програми аналіз може бути комплексним і тематичним.

2.4. Характеристика основних видів аналізу

Попередній аналіз проводиться до здійснення господарських операцій. Він необхідний для обґрунтування управлінських рішень і планових завдань, а також для розробки економічної стратегії підприємства. *Наступний (ретроспективний)* аналіз проводиться після здійснення господарських операцій. Він використовується для моніторингу реалізації економічної стратегії підприємства, виконання плану, виявлення невикористаних резервів, об'єктивної оцінки результатів діяльності підприємств. Перспективний і ретроспективний аналізи тісно пов'язані між собою. Без ретроспективного аналізу неможливо зробити перспективний. Ретроспективний аналіз поділяється на оперативний і підсумковий (результативний).

Оперативний (ситуаційний) аналіз проводиться відразу після здійснення господарських операцій або зміни ситуації за короткі відрізки часу (зміну, добу, декаду тощо). Ціль його оперативно виявляти хиби і впливати на господарські процеси.

Підсумковий (заключний) аналіз проводиться за звітний період часу (місяць, квартал, рік). Його цінність полягає в тому, що діяльність підприємства вивчається комплексно і всебічно за звітними даними за відповідний період. Цим забезпечується більш повна оцінка діяльності підприємства стосовно використання відповідних можливостей. Підсумковий і оперативний аналізи взаємозалежні і доповнюють один одного.

Мета експрес-аналізу — наочне і просте оцінювання фінансового стану і динаміки розвитку господарюючого об'єкта. У процесі аналізу можна виконати розрахунок різних показників і доповнити його методами, що ґрунтуються на досвіді та кваліфікації фахівця. Мета експрес-аналізу — наочне і просте оцінювання фінансового стану і динаміки розвитку господарюючого об'єкта. У процесі аналізу можна виконати розрахунок різних показників і доповнити його методами, що ґрунтуються на досвіді та кваліфікації фахівця.

Факторний аналіз — один із видів комплексного аналізу основної діяльності, пов'язаний з пошуком і класифікацією факторів, що впливають на економічні явища і процеси, з виявленням причинно-наслідкових зв'язків, що впливають на зміну конкретних показників основної діяльності.

Детермінований підхід спрямований на вивчення прямих зв'язків, коли зв'язок між результативним і факторними показниками функціональна. *Стохастичний аналіз* спрямований на вивчення непрямих зв'язків.

Якщо у випадку прямого детермінованого факторного аналізу вихідні дані для аналізу подано у формі конкретних чисел, то у випадку прямого стохастичного факторного аналізу задані вибіркою (часовою чи поперечною). Розв'язування задач стохастичного факторного аналізу вимагає: глибокого економічного дослідження для виявлення основних факторів, що впливають на результуючий показник; підбору виду регресії, який би найкраще відбивав дійсний зв'язок досліджуваного показника з набором факторів; розробки методу, що дозволяє визначити вплив кожного фактора на результуючий показник.

Якщо результати прямого детермінованого аналізу є точними і однозначними, то стохастичного — з деякою імовірністю (надійністю), яку варто оцінити.

Функціонально-вартісний аналіз (ФВА) одночасно та у взаємному зв'язку досліджує функції об'єкта і вартість цих функцій. Під функціями розуміють споживчі властивості (якість) об'єкта. Вони поділяються на:

- головну функцію, яка виражає призначення об'єкта;
- основні функції, що забезпечують виконання головної функції;
- допоміжні функції, що реалізують основні;
- зайві або непотрібні функції;
- шкідливі функції.

2.5. Значення окремих видів аналізу господарської діяльності в управління підприємством

Господарська діяльність підприємств — це складна сукупність виробничих відносин у взаємозв'язку з продуктивними силами. Вона складається з багатьох процесів, які умовно можна об'єднати у такі групи: матеріально-технічні; економічні (ринкові); соціальні; природоохоронні тощо.

Матеріально-технічні процеси — це технічна і технологічна підготовка виробництва, забезпечення його виробничими ресурсами, функціонування основного та допоміжного виробництва.

Економічні (ринкові) процеси можна поділити на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх відносять затрати праці, витрачання інших ресурсів, формування собівартості, розподіл та формування прибутку і т. ін. До зовнішніх — формування ринкових цін на продукцію, деякі види розрахунків (щодо податків і кредитів) тощо. Ці процеси протікають одночасно з матеріально-технічними, але мають зовсім іншу природу, зміст і форму прояву.

Соціальні процеси пов'язані зі створенням відповідних умов праці робітників, їх побуту та відпочинку. Саме ця група обумовлює дію так званого людського (особистісного) чинника виробництва.

Природоохоронні процеси пов'язані зі збереженням та покращанням навколишнього природного середовища. Це заходи щодо недопущення забруднення або очищення ґрунтів, води, повітря, збереження рослинного і тваринного світу.

Усі названі процеси господарської діяльності підприємств відбуваються, як правило, одночасно. Вони тісно взаємопов'язані між собою. Однак, їхня природа, зміст, закономірності здійснення різні. Вони є результатом дії функцій об'єкта управління, в основу яких покладено об'єктивні закони природи та суспільства.

Господарська діяльність вивчається як в цілому, так і за окремими названими частинами (процесами), які також можуть виступати у ролі самостійних об'єктів аналізу. Адже, щоб ефективно управляти нею, необхідно знати її зміст і закономірності функціонування як цілого, так і складових частин. Останнє, в свою чергу, дає можливість глибоко і взаємопов'язано вивчати зміст та розвивати елементи системи управління.

Вище сказане дає можливість зробити деякі висновки щодо ролі аналізу господарської діяльності в сучасних умовах. Управління виробництвом вимагає детальної інформації про тенденції та характер змін в економіці підприємства. Її джерелом та методом осмислення є саме аналіз господарської діяльності.

Первинна інформація, що отримується управлінцями з бухгалтерських та інших джерел, є, як правило, голими цифрами, що самі по собі ні про що не свідчать. У процесі аналізу вона проходить спеціальну обробку: проводиться порівняння результатів діяльності підприємства за ряд періодів, з показниками інших підприємств галузі; визначається вплив різних чинників на величину результативних показників; виявляються недоліки, невикористані можливості; намічаються перспективи. Після такої обробки розробляються і обґрунтовуються управлінські рішення.

Таким чином, аналіз господарської діяльності передує рішенням і діям, обґрунтовує їх. Він є основою наукового управління виробництвом та забезпечує його ефективність. Тобто, аналіз господарської діяльності є функцією управління, яка забезпечує наукове обґрунтування рішень і контроль за їх виконанням. Адже у ході визначення ефективності впровадження рішення спочатку контролюють дотримання всіх вихідних умов.

Особлива роль аналізу полягає у визначенні резервів підвищення ефективності виробництва. За його результатами розробляються шляхи більш економного використання ресурсів, упереджуються надлишкові витрати та інші недоліки в роботі підприємства. Аналіз слугує підвищенню ефективності виробництва.

Контрольні питання до теми

1. Із якими науковими школами в історичному аспекті пов'язують розвиток аналізу господарської діяльності?
2. Як вплинула наукова балансознавства на розвиток аналізу господарської діяльності?
3. Які особливості мав аналіз господарської діяльності у адміністративно-командній системі?
4. Які тенденції розвитку притаманні сучасному етапу розвитку аналізу господарської діяльності?
5. Як ви розумієте сутність системного підходу до дослідження економічних явищ?
6. Охарактеризуйте взаємозв'язок аналізу діяльності суб'єктів господарювання з іншими дисциплінами.
7. За якими ознаками класифікується аналіз господарської діяльності?
8. Охарактеризуйте зміст техніко-аналізу господарської діяльності.
9. Охарактеризуйте зміст фінансового аналізу.
10. Охарактеризуйте зміст функціонально-вартісного аналізу.
11. Яке значення має аналіз господарської діяльності в управління підприємством?

Тематика доповідей

1. Етапи еволюції теорії та практики аналізу господарської діяльності.
2. Використання системного підходу для удосконалення методики аналізу господарської діяльності.
3. Єдність аналізу і синтезу як наукових методів пізнання економічних явищ.

Тестові завдання

1. За методикою вивчення об'єктів виділяють такий вид аналізу господарської діяльності:
А) оперативний;
Б) фінансовий;
В) детермінований;
Г) комплексний.

2. За часовою ознакою виділяють такий вид аналізу господарської діяльності:
А) оперативний;
Б) фінансовий;
В) детермінований;
Г) комплексний.

3. За об'єктом виділяють такий вид аналізу господарської діяльності:
А) оперативний;
Б) фінансовий;
В) детермінований;
Г) комплексний.

4. За програмою виділяють такий вид аналізу господарської діяльності:
А) оперативний;
Б) фінансовий;
В) детермінований;
Г) комплексний.

Література

[8, 13, 14, 76, 28, 49, 33, 35, 38, 39, 42, 47, 50, 52, 53, 55—57, 60, 124].

Тема 3

—♦—

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

3.1. Організація аналітичної роботи на підприємстві
3.2. Етапи проведення аналізу господарської діяльності на підприємстві
3.3. Система економічної інформації, її особливості
3.4. Сутність процесу забезпечення аналізу господарської діяльності інформацією і вимоги до неї
3.5. Класифікація інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності
3.6. Характеристика основних джерел інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності

3.1. Організація аналітичної роботи на підприємстві

Організація аналітичної роботи на підприємстві включає:

- розробку загальних засад і порядку проведення аналізу;
- планування роботи в цілому, окремих її робіт та етапів;
- матеріальне, науково-методичне та кадрове забезпечення;
- загальне керівництво;
- прийом виконаних аналітичних робіт, порядок їх оформлення;
- контроль за реалізацією на практиці розроблених заходів із метою поліпшення діяльності підприємства.

Аналітична робота підприємства розпочинається з планування. Розрізняють *загальний план* аналітичної роботи на підприємстві та план (програму) конкретних аналітичних робіт. Загальний план роботи складається на рік із розбивкою за кварталами. У плані зазначаються розділи основної діяльності та об'єкти, що мають вивчатися, періодичність і терміни проведення робіт, відповідальні технічні виконавці, технічні засоби та джерела інформації, потрібні для здійснення аналізу.

У *планах окремих робіт*, які складаються відповідно до загального плану аналітичної роботи, передбачаються об'єкти етапи аналізу, терміни виконання й завдання робіт тощо.

Організація проведення окремих аналітичних робіт включають такі питання:

- призначення керівника роботи;
- підбір кваліфікованих виконавців;
- складання плану роботи;
- забезпечення необхідним інструктивним матеріалом, технічними та іншими засобами;
- контроль роботи та реалізація пропозицій аналітиків тощо.

Аналітичні роботи можуть проводитися:

— працівниками підприємства для потреб управлінської діяльності. Аналіз проводять економічні підрозділи підприємства, але до виконання аналітичних робіт залучаються також працівники технічних, технологічних, маркетингових та інших служб;

— зовнішніми суб'єктами як для потреб управлінської діяльності підприємства (аудиторами, працівниками банків та наукових установ), так і для потреб органів галузевого і державного управління (відомчими ревізорами, податковими органами, органами контрольно-ревізійної служби) тощо.

Програмою аналізу може виступати розгорнутий та деталізований перелік питань, які передбачено вивчати, а також комплект таблиць, обов'язковий до опрацювання під час аналізу. Аналітичні табл. дають змогу визначити та оцінити ступінь відхилення фактичних даних, тобто результати роботи від заданих заздалегідь величин (кошторису, норми, плану тощо). В окремих випадках розробку та монтаж аналітичних таблиць доцільно здійснювати з урахуванням майбутнього використання їх не лише для аналітичної роботи, а й як ілюстративного матеріалу до висновків та пропозицій. Тому форма і зміст аналітичних таблиць мають відповідати вимогам повноти відображення, правильному групуванню показників та іншим вимогам до інформації.

Старанне складання програми аналізу забезпечує необхідну глибину і повноту проведення аналітичного дослідження. Визначаючи зміст аналітичної роботи і терміни її проведення, треба враховувати наявність готового матеріалу для аналізу, трудомісткість збору й опрацювання іншої інформації і, нарешті, час, який потрібний для виконання окремих етапів робіт.

Форми результативної аналітичної інформації формуються на заключному етапі аналітичного процесу. Залежно від мети і місця проведення аналізу результати оформлюють у різних носіях. Основні форми, за допомогою яких оформлюють *результати аналітичної роботи*, такі:

— текстові описового характеру — аналітичні записки, висновки, доповідні записки, звіти;

— безтекстові — таблиці, графіки, діаграми тощо.

Якщо аналіз здійснюється сторонніми організаціями або особами, то такий результат оформлюють у вигляді висновку.

Результати аналізу, який здійснюють підприємства, можуть оформлятися по-різному, що залежить від багатьох факторів: часу, обсягу тощо. За відносно короткий час — день, зміну, декаду — результати аналізу оформлюють у звітах-рапортах, аналітичних записках; за більш тривалий час — у пояснювальній записці.

Результати аналізу роботи окремих служб — постачання, маркетингу — оформлюють за відносно тривалий час — місяць, квартал. Основ-

ною формою узагальнення результатів аналізу є аналітична записка, де відображують характеристики стану ресурсів, причини порушень, а також вжиті щодо відповідних порушень (недоліків) заходи.

Аналітична записка містить:

— загальні дані про об'єкт, який аналізують;

— характеристику виконання програми доручень, плану, договору;

— характеристику відхилень, які було виявлено, та вплив окремих факторів на показники, висновки, пропозиції.

Розділ «Загальні дані» містить відомості про назву підприємства, його структурні підрозділи, основні види продукції, яку випускає підприємство, тощо. Якщо результати аналізу у майбутньому використовуватимуться за межами підприємства, то додають деякі дані про майбутній розвиток. Щоразу вказують на час, за який зроблено аналіз, які питання було розглянуто, основні результати.

У розділі, що характеризує виконання роботи, відображують дані про ступінь виконання, відхилення від завдань, темпи зростання і приросту за відповідний період порівняно з минулими періодами. Обов'язково аналізують фактори, які впливали на результати роботи, їх взаємозв'язок, взаємодію, причини відхилення. При цьому особливу увагу звертають на тенденції, що виникають у роботі підприємства або його структурного підрозділу.

Виклад у пояснювальній записці супроводжують таблицями, графіками та іншими ілюстраціями, які підтверджують текст. Крім того, додають розрахункові табл., що дають змогу зробити висновки і пропозиції. Особливу увагу в цьому розділі приділяють питанням формування показників, які є критеріями оцінки ефективної роботи підприємства або його підрозділу.

У заключній частині пояснювальної записки дають оцінку діяльності підприємства або його структурного підрозділу, вміщують висновки, пропозиції та заходи, спрямовані на усунення недоліків.

3.2. Етапи проведення аналізу господарської діяльності на підприємстві

Аналітичний процес доцільно уявити у вигляді певної послідовності однорідних за змістом робіт, тобто виділити етапи аналізу, які дозволяють систематизувати та оптимізувати методику, зменшити трудомісткість аналітичних процедур і підвищити одержуваний ефект.

Специфіка діяльності підприємства взагалі та особливості об'єкту аналітичної оцінки, зокрема, призводять до розбіжностей у виділені окремих етапів аналізу. Однак, найчастіше зустрічається виділення *трьох*

основних етапів проведення аналізу на підприємстві: підготовчий, основний та заключний.

Підготовчий етап включає в себе роботи організаційного характеру, що гарантують достатню глибину й оперативність аналізу. Реалізація підготовчого етапу відбувається за наступними напрямками:

1. Складання плану або програми аналізу, яка передбачає:

- визначення мети й об'єктів аналізу. Об'єкти аналізу відбирають такі, вивчення яких дало б змогу отримати найповніші відповіді на поставлені запитання;
- ознайомлення з матеріалами і результатами раніше проведеного аналізу за окресленою програмою чи відібраними об'єктами, яке дасть змогу не лише оцінити ефективність вже проведеної аналітичної роботи, а й врахувати при подальшому плануванні допущені раніше помилки і недоліки;
- складання графіка проведення аналітичної роботи, який має передбачати конкретні терміни, оскільки чим оперативніший аналіз, тим ефективніше використовують його результати в управлінні господарською діяльністю;
- перелік виконавців і розподіл обов'язків між ними. Кількість і кваліфікація виконавців залежить від програми аналізу і від термінів його проведення. Розподіл обов'язків між виконавцями потребує диференційного підходу. Значна частина аналітичних робіт має більш чи менш технічний характер (збір, систематизація, обробка даних), і тому її можна виконати за допомогою обчислювальної техніки і вручну без участі робітників високого рівня кваліфікації. Інша частина робіт — безпосередній аналіз оброблених і згрупованих даних, інтерпретація отриманих результатів, розробка висновків і пропозицій — потребують участі в них добре підготовлених фахівців;
- визначення методики аналітичної оцінки, яка сприятиме досягненню сформованої мети.

2. Визначення необхідних джерел інформації та їх систематизація й узагальнення.

Другий — *основний етап роботи* включає в себе:

- збір і перевірку достовірності інформації, яка буде використовуватись під час аналізу;
- систематизацію накопичених матеріалів;
- обробку отриманих даних і заповнення аналітичних таблиць;
- вивчення напрямків і причин відхилення фактичних показників від планових;
- оцінку динаміки об'єкту аналізу;
- визначення впливу факторів на зміну об'єкту аналізу;
- виявлення резервів збільшення ефективності діяльності підприємства.

Достатня і достовірна інформація — головна умова успішності аналітичної роботи, тому даний етап починається з підбирання, перевірки повноти і якості інформації, яку планується використовувати в аналізі. Обробка даних полягає у наступному:

— зіставленні показників (за оцінкою, структурою, принципами побудови тощо);

— статистична обробка (розрахунок середніх, відносних величин групування показників тощо);

— проведення аналітичних розрахунків і формування таблиць.

Аналітичні розрахунки можна виконувати як окремо, так і в самих таблицях. Взагалі роль складених аналітичних таблиць буває різною. Вони можуть служити ілюстративним матеріалом для аналітичних записок, відображати результати проведеного аналізу.

Вивчення відображених у таблицях цифрових даних потрібно для оцінювання досягнутого рівня показників в порівнянні з планом, минулими періодами, середньогалузевими даними тощо. Для обробки і вивчення показників діяльності підприємств використовують весь арсенал технічних прийомів аналізу.

По закінченні основного етапу, на підставі проведеного аналізу дають оцінку ефективності роботи суб'єкта господарювання, узагальнюють досягнення і недоліки його діяльності (з визначенням причин відхилень від встановлених планових завдань), виявляють наявні резерви для максимально ефективного використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів.

Заключний етап полягає в узагальненні отриманих результатів та науковому обґрунтуванні управлінських рішень, які спрямовані на підвищення ефективності функціонування підприємства. На заключному етапі відбувається:

- проведення підсумкової оцінки діяльності і узагальнення результатів аналізу;
- формулювання висновків і пропозицій щодо прийняття належних управлінських рішень за результатами аналізу, відповідно до його цілей і завдань. Ці висновки та пропозиції оформлюються у вигляді пояснювальної записки до звіту;
- розробка організаційно-технічних заходів щодо усунення недоліків, підвищення ефективності використання виявлених резервів (за виконанням заходів слід встановити дійовий контроль);
- підготовка розпорядчих актів, призначення осіб, відповідальних за виконання прийнятих рішень.

Схематично етапи проведення аналізу господарської діяльності на підприємстві відображені на рис. 3.1.

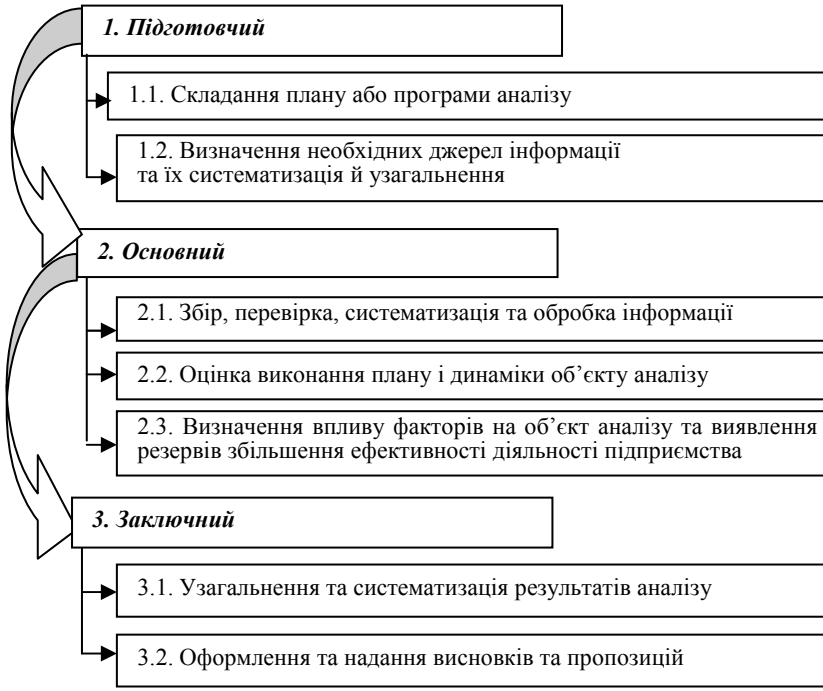

Рис. 3.1. Етапи проведення аналізу господарської діяльності на підприємстві

Також необхідно звернути увагу на можливість повернення до підготовчого етапу в ході реалізації основного етапу. Це стає необхідним у разі виявлення раніше не врахованих факторів і деталей. Саме в цьому випадку може виникнути необхідність коректування завдань, інформаційного забезпечення і методики проведення аналізу, тобто організаційних аспектів аналітичного процесу.

У процесі аналітичної роботи окремі складові названих етапів можуть повторюватися. Така ситуація стає можливою, наприклад, тоді, коли на якомусь із етапів дослідження виникає необхідність розширити факторне поле аналізу, що потребує нової допоміжної роботи. Зрозуміло, що межі етапів мають певною мірою умовний характер і є дуже рухливими: за рахунок інтенсифікації робіт на одному з етапів відбувається скорочення на якомусь іншому. Отже, головним завданням такої поетапної регламентації аналізу господарської діяльності є забезпечення дійового поточного контролю за дотриманням якості аналітичної роботи і термінів її виконання.

3.3. Система економічної інформації, її особливості

Термін «*інформація*» (лат.) означає «пояснення», «викладення», «повідомлення». Початок вживання цього терміну припадає на кінець XIX ст., але спочатку це поняття використовувалось лише щодо засобів зв'язку. Розвиток науки та техніки привів до переосмислення змісту цього терміну з виокремленням особистих та специфічних видів інформації відносно до сфери застосування.

Ще у середині XX ст. основоположник кібернетики Норберт Вінер звернув увагу на те, що інформація, на відміну, наприклад, від сировини і енергії, володіє унікальною властивістю: величина інформації під час використання не тільки не зменшується, навпаки, її якість і значущість підвищуються.

Ще однією властивістю інформації є суб'єктний характер її обігу. Обмін інформацією вимагає зусиль як суб'єкта, який передає інформацію, так і суб'єкта, що сприймає її. Саме тому ефективність використання інформації безпосередньо залежить від характеристик осіб, що формують і сприяють обміну інформацією.

Інформація в сучасній економіці затребувана і як ресурс, і як товар, що задовольняє інформаційні потреби. На всіх стадіях обігу інформації як економічного блага виявляються її унікальні властивості, які сприяють вдосконаленню організації бізнесу.

Економічна інформація є одним з найважливіших різновидів інформації взагалі. Сьогодні зміст поняття «*економічна інформація*» трактується двояко:

1) відомості, дані, значення економічних показників, що є об'єктом зберігання, обробки, передачі і використання в процесі аналізу та вироблення економічних рішень в управлінні;

2) один з видів ресурсів, що використовується в економічних процесах, отримання якого вимагає витрат часу й інших видів ресурсів, у зв'язку з чим ці витрати варто включати у витрати виробництва.

Економічній інформації притаманні певні *особливості*:

— специфічність форми надання і відображення у вигляді первинних і зведених документів;

— об'ємність: вдосконалення управління супроводжується збільшенням супутніх потоків інформації;

— циклічність: для більшості виробничих процесів характерна повторюваність стадій обробки інформації;

— відображення результатів виробничо-господарської діяльності за допомогою системи натуральних і вартісних показників;

— специфічність за способом обробки: у процесі обробки переважно застосовуються арифметичні і логічні операції.

Сукупність економічної інформації *класифікується* за різними напрямами. Основними критеріями класифікації є:

1. по фазах і процесах господарської діяльності — інформація про виробництво, розподіл, обмін, споживання;

2. по елементах (чинниках) відтворення — інформація про населення і трудові ресурси, природні ресурси, продукцію і послуги, грошові кошти, тощо;

3. по структурних одиницях — галузям національної економіки, регіонам, підприємствам і організаціям;

4. по приналежності до тієї або іншій функції управління виділяють: планову, організаційну, облікову, аналітичну, контрольну та інші види інформації;

5. по характеру дії на споживачів розрізняють економічну інформацію щодо повідомлення і управління: перша містить відомості, які використовуються для обґрунтування управлінських рішень, друга — результати ухвалення рішень, які доводяться до виконавців і підлягають реалізації;

6. направлена і ненаправлена економічна інформація розрізняється залежно від способу її доведення до користувачів. У першому випадку економічна інформація доводиться до одного або декількох конкретних адресатів, як правило, у формах уніфікованих документів і регламентованому часовому режимі. У другому випадку економічна інформація має універсальний характер і припускає, як правило, активний її пошук з боку споживачів у момент виникнення інформаційної потреби.

Інформація — це головний елемент будь-якої з функцій управління. Процес управління взагалі та кожна його підсистема зокрема, в тому числі і підсистема аналізу господарської діяльності, являє собою інформаційну, тобто комунікативну, систему зі збору, передачі, обробки та зберігання інформації про об'єкт управління. Інформація, яка надходить від окремих підсистем у систему управління, переробляється, і тут виробляються керуючі сигнали для окремих елементів. Обґрунтованість і своєчасність управлінських рішень значною мірою залежить від здатності та можливості управлінського персоналу суб'єкта господарювання в потрібний момент зібрати, проаналізувати та інтерпретувати інформацію. Прийняття управлінських рішень базується саме на постійному перетворені інформації, а сам процес управління має інформаційний характер.

Украй важливим у вивченні інформації є розкриття трьох основних її *аспектів*:

— синтаксичний — характеризує структуру і форму надання інформації в рамках кількісної теорії інформації. Проте для вивчення інформації в економічній системі найбільш значущими є семантичний і прагматичний аспекти;

— семантичний — інформація повинна володіти певним сенсом;

— прагматичний — здатність інформації впливати на процеси управління, тобто цінність, корисність.

У цілому інформацію слід розглядати як засіб зниження невизначеності, який сприяє досягненню конкретної мети того або іншого суб'єкта (у даному випадку в економічній сфері). Не всякі дані про досліджуваний об'єкт є інформацією, а лише ті, які допомагають усунути невизначеність щодо об'єкта дослідження. Тобто дані можуть зберігатися, оброблятися, передаватися тощо, на них можуть бути витрачені трудові, часові і фінансові ресурси, але ці дані не є інформацією, тому що вони не знижують рівень невизначеності знань про об'єкт дослідження і не використовуються в процесі аналізу. Відомості, що входять в систему економічної інформації, з погляду суб'єктів, які їх сприймають, містять інформацію лише в тій мірі, в якій вони нові і корисні для вирішення сформованих завдань.

3.4. Сутність процесу забезпечення аналізу господарської діяльності інформацією і вимоги до неї

Аналіз господарської діяльності досліджує господарські процеси через систему інформації, тому аналітичний процес складається з ряду послідовних, взаємозв'язаних дій її обробки, метою яких є пропозиції щодо управлінських рішень, які приймаються. Аналітична функція управління реалізується шляхом обробки інформації, яка надходить із інформаційної системи управління суб'єктом господарювання. Висновки і пропозиції, у тому числі і можливі прогнозні варіанти подальшого розвитку об'єкту аналітичної оцінки, передаються в систему управління підприємством з метою прийняття науково-обґрунтованих рішень та безпосередньої реалізації функції регулювання, яка призначена для досягнення об'єктом управління запланованого (бажаного) стану. Останнє підкреслює тісний взаємозв'язок між інформаційним забезпеченням та вирішенням проблем і завдань, які постають перед системою управління підприємством.

Термін «*інформаційне забезпечення*» включає:

1) інформацію, яка необхідна для управління економічними процесами, та яка міститься в базах даних інформаційних систем;

2) створення інформаційних умов функціонування системи, забезпечення необхідною інформацією, включення в систему засобів пошуку, отримання, збереження, накопичення, передавання, обробки інформації, організація банків даних.

Інформаційне забезпечення аналізу господарської діяльності включає такі поняття як інформація, інформаційний потік, інформаційна система, інформаційна технологія, комунікативне середовище, канали руху інформації, носії та передавачі інформації — рис. 3.2.

Рис. 3.2. Інформаційне забезпечення аналізу господарської діяльності

В основі розглянутої сукупності лежить інформація, яка і визначає необхідність та достатність розглянутих елементів для ефективного функціонування системи аналізу господарської діяльності на підприємстві. З урахуванням того факту, що інформація постійно «рухається»: отримується, переробляється, передається; необхідно вести мову про *інформаційні потоки*, які надходять до системи аналізу господарської діяльності та забезпечують її функціонування.

Інформація циркулює в рамках суб'єкта господарювання в горизонтальному і вертикальному напрямах. Вертикальні інформаційні потоки забезпечують, в основному, процеси управління, горизонтальні, — виробничу діяльність. Інформація і знання виступають об'єктами управління, виробляються спеціальні методики і системи, які орієнтовані на управління цими ресурсами. Управління знаннями (*knowledge mana ement*) спрямовано на створення таких умов, при яких співробітники мають можливість одержати необхідні знання і інформацію в потрібний час і в необхідному обсязі.

Вхідні інформаційні потоки (рис. 3.3) надані за місцем формування: внутрішнє середовище підприємства та зовнішнє. Виділені підсистеми в інформаційній системі підприємства сформовані за функціональною ознакою процесу управління підприємством. Розкритий взаємозв'язок між окремими підсистемами, який простежується завдяки інформаційним потокам, свідчить, що на підставі інформації, отриманої від підсис-

теми аналізу господарської діяльності, відбувається регулювання подальшої діяльності підприємства.

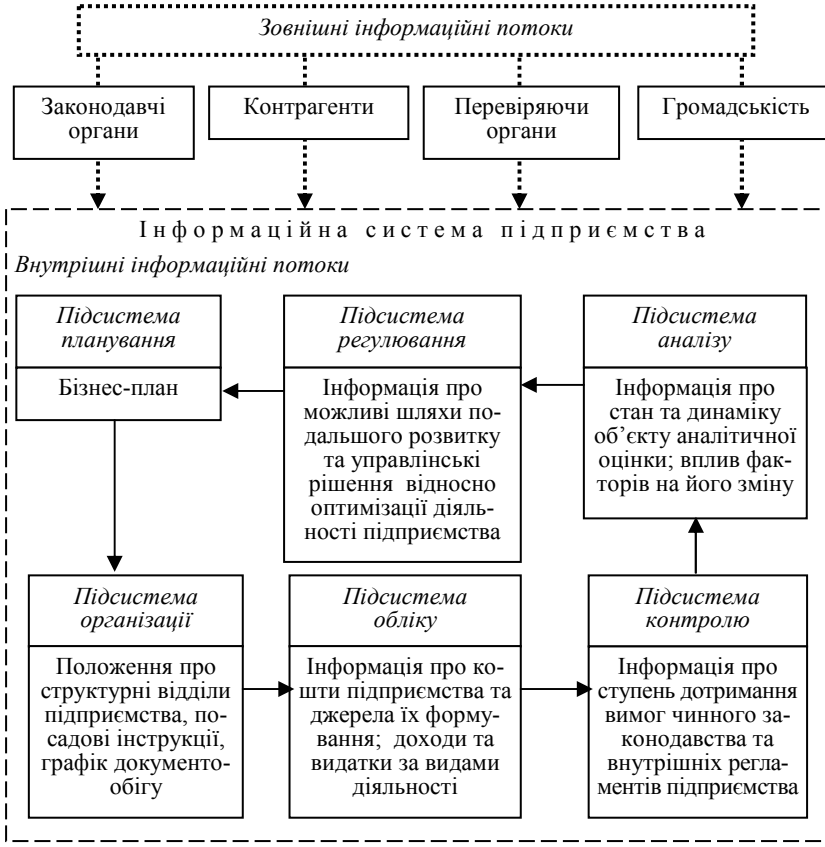

Рис. 3.3. Зовнішні та внутрішні інформаційні потоки підприємства

Головна мета та призначення інформаційних потоків — це оптимізація роботи підприємства. Її досягнення відбувається за рахунок вдосконалення інформаційних потоків за багатьма ознаками. Серед них велике значене необхідно приділяти оптимальній організації інформаційних потоків. Поняття «оптимальна організація інформаційних потоків» потребує дотримання цілого спектра умов:

— рух інформації повинен відбуватися в намічені терміни і в необхідному обсязі;

— інформаційний обмін між окремими структурними підрозділами підприємства і посадовими особами має бути суворо регламентований;

— необхідно врахування екстрених варіантів одержання, обробки, передачі і зберігання інформації;

— передбачення персональної відповідальності посадових осіб за порушення термінів, перекручування змісту і порядку надання інформації.

Дотримання вимог періодичності, строків та форми надання інформації — це питання якості організації роботи управлінського персоналу.

Якість інформації можна визначити як сукупність властивостей, які обумовлюють можливість її використання для задоволення певних потреб.

Можливість використання інформації для ефективного управління через реалізацію аналітичної функції забезпечується цілою низкою показників якості. До основних з них належать (рис. 3.4).

Рис. 3.4. Показники якості економічної інформації

Репрезентативність інформації пов’язана з правильністю її відбору і формування з метою адекватного відображення заданих властивостей об’єкту.

Повнота інформації означає, що вона містить мінімальний, але достатній склад відомостей для рішення задач аналізу.

Доступність інформації забезпечується можливістю проведення відповідних процедур її отримання і переробки.

Актуальність інформації визначається ступенем зберігання її значущості для реалізації аналітичних функцій у момент її використання.

Своєчасність інформації характеризується можливістю її використання при рішенні задач аналізу без порушення встановлених процедур та термінів. Таким чином, своєчасною є інформація, що поступає не пізніше призначеного моменту часу.

Точність інформації характеризується ступенем близькості параметра аналітичної оцінки і його дійсного значення, що відображається інформацією.

Стійкість — це властивість інформації реагувати на зміну початкових даних, зберігаючи необхідну точність.

Достовірність інформації визначається її властивістю відображати реально існуючі об'єкти з необхідною точністю.

Зрозумілість і сумісність вказують на необхідність однозначного трактування і порівнянності даних різних звітних періодів і різних підприємств при проведенні порівняльного аналізу.

Істотність інформації має прямий взаємозв'язок з витратами, необхідними для її одержання: нема сенсу витрачати час, трудові і матеріальні ресурси на одержання й обробку несуттєвої інформації, тобто тієї, яка не вплине на думку користувачів результатів аналізу.

Економічність інформації обумовлена порівнянністю витрат на її одержання й ефекту від її використання.

Нарешті, цінність інформації — це комплексний показник її якості, міра кількості інформації на прагматичному рівні.

Наведені якісні характеристики інформації зумовлюють її корисність для рішення задач аналізу господарської діяльності. Однак, потрібно враховувати, що наявність розглянутих властивостей не може повною мірою гарантувати існування раціонального інформаційного забезпечення — необхідне комплексне оптимальне співвідношення інформаційної системи, комунікативного середовища та інформаційних технологій.

3.5. Класифікація інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності

Ефективна реалізація аналітичної функції в системі управління підприємством стає можливою лише при наявності чіткого, однозначного розуміння характеристик необхідної для цього інформації. Це оказує

безпосередній вплив на вибір технології розв'язування сформованої аналітичної задачі. Інформаційне забезпечення аналізу господарської діяльності класифікується за різними ознаками. Основні з них, які суттєво впливають на якісну реалізацію аналітичної функції в системі управління підприємством, наведені на рис. 3.5.

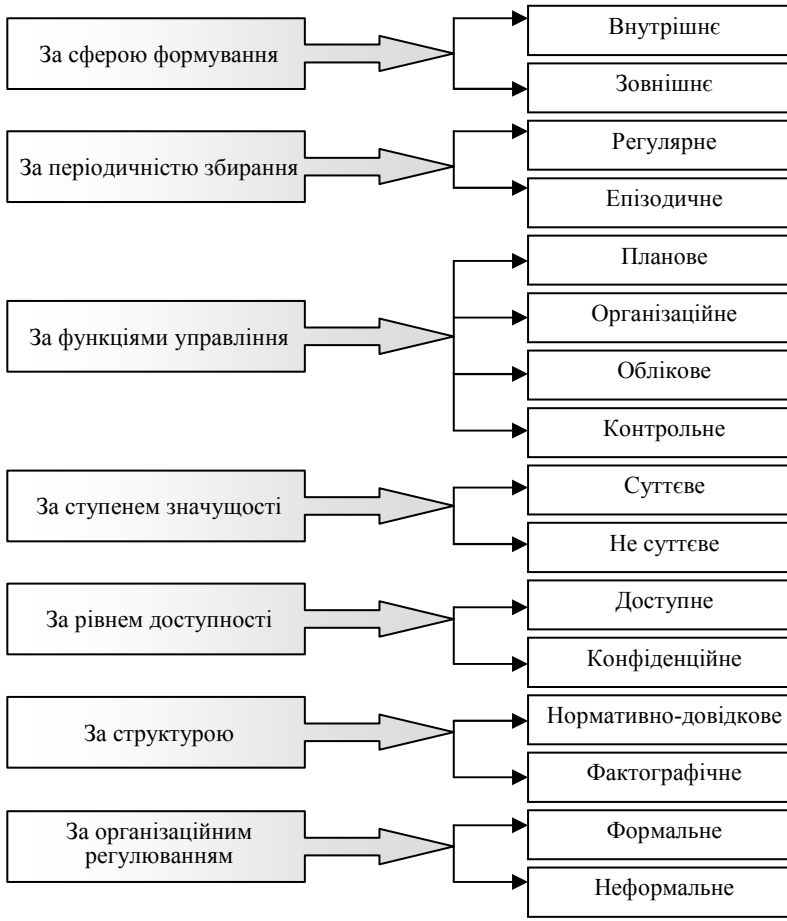

Рис. 3.5. Класифікація інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності

Сфера формування економічної інформації, яка використовується в процесі здійснення аналізу діяльності суб'єкта господарювання, поді-

ляється на дві групи: внутрішня та зовнішня. Остання займає значно меншу питому вагу в сукупності інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності, але це не зменшує її значущість та необхідність застосування.

До головних джерел з яких надходить зовнішня інформація належать:

1. Органи законодавчої і виконавчої влади: Верховна Рада, Кабінет Міністрів України, Міністерство фінансів, Національний банк України, Державний комітет статистики, тощо. Ці органи державного регулювання формують основні законодавчі та нормативні положення щодо усіх напрямків діяльності підприємства;

2. Контрагенти: постачальники, покупці, фінансові установи. Вони надають інформацію, яка безпосередньо впливає або буде впливати на діяльність підприємства та може її суттєво змінити: ставки кредитування; тарифи на комунальні послуги; умови придбання або реалізації товарів, робіт, послуг тощо;

3. Засоби масової інформації: звіти державних агентств та акціонерних товариств, огляд експертів, наукові публікації тощо.

Завдяки внутрішній інформації реалізується аналітична функція системи управління. Саме внутрішня сфера формує майже 90% інформації, яка є необхідною для здійснення процесу управління. До джерел формування внутрішньої інформації належать структурні підрозділи та відділи підприємства.

Збирання, як зовнішньої та і внутрішньої інформації відбувається регулярно, або епізодично. Епізодичне отримання інформації пов'язано з вирішенням специфічних задач аналітичної оцінки: порівняння з підприємством-конкурентом; оцінка можливості розширення ринку збуту; визначення доцільності заміни технологічного обладнання тощо. Регулярне інформаційне забезпечення має місце при вирішенні задач аналізу, які періодично повторюються: оцінка виконання плану та динаміки виробництва продукції, зіставлення продуктивності праці та витрат на оплату праці тощо.

Класифікація інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності за функціями управління дає змогу визначити той необхідний вид даних, застосування якого дозволить вирішити сформовані задачі аналізу. Так застосування планового інформаційного забезпечення є необхідною умовою оцінки виконання плану розвитку суб'єкта господарювання.

Для досягнення мети застосовується і організаційна інформація. Облікове інформаційне забезпечення є головним джерелом при оцінці динаміки та визначенні впливу факторів на об'єкт дослідження. Застосування контрольного виду інформаційного забезпечення є обов'язковою умовою отримання об'єктивних результатів аналізу.

Не викликає сумніву, що ефективна реалізація аналітичної функції управління стає можливою лише при наявності необхідного обсягу суттєвої інформації, яка, крім того, своєчасно надходить до суб'єкта аналізу. Несуттєва інформація також має місце в інформаційному забезпеченні аналізу господарської діяльності і одна з основних задач фахівця-аналітика — вміти виділяти та виключати несуттєву інформацію.

Доступне інформаційне забезпечення включає законодавчі та нормативні акти, статистичні дані, фінансову звітність, яка оприлюднена, тощо. Планова, облікова, організаційна та контрольна інформація підприємства при проведені внутрішнього аналізу є доступною; в той же час зовнішній аналіз господарської діяльності не може бути проведений з застосуванням цієї інформації, яка по відношенню до зовнішніх аналітиків є найчастіше конфіденційною.

3.6. Характеристика основних джерел інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності

У структурованому вигляді інформацію, яка є основою інформаційних потоків та використовується під час проведення аналізу господарської діяльності на підприємстві, найбільш доцільно представити двома групами:

нормативно-довідкова інформація: включає як нормативну, так і довідкову інформацію;

фактографічна інформація: включає облікову, звітну та позаобліковy інформацію.

До нормативної інформації відносяться основні законодавчі та нормативні акти, які регулюють діяльність підприємств. Довідкова інформація передбачає її застосування під час проведення аналітичної оцінки об'єкту дослідження. Характеристику основного нормативного інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності, надано в табл. 3.1.

Нормативні методики аналітичної оцінки діяльності суб'єктів господарювання представлені у додатку А.

Найбільш повний обсяг інформації, який необхідний при проведені аналітичних процедур, суб'єкти аналізу отримують з числа фактографічної інформації. Максимальна частина фактографічного інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності формується бухгалтерським підрозділом підприємства. Але крім облікової, до складу фактографічної інформації входять дані, які надає відділ кадрів, відділ податкового обліку, фінансовий відділ підприємства. Характеристику основного фактографічного інформаційного забезпечення, яке застосовується під час проведення аналізу господарської діяльності, надано в табл. 3.2.

Таблиця 3.1

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОГО НОРМАТИВНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Нормативне інформаційне забезпечення	Стисла характеристика в контексті аналізу господарської діяльності
Господарський кодекс України.	Встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської
Прийнятий Верховною Радою України № 436-IV від 16.01.2003 р.	діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності.
Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» Прийнятий Верховною Радою України №996-XIV від 16.07.99р.	Визначає правові принципи регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності. Представлені: мета бухгалтерського обліку і звітності; основні принципи його функціонування; питання державне регулювання; загальні вимоги до фінансової звітності; надання і обнародування фінансової звітності.
Податковий Кодекс Затверджений ВР від 02.12.2011 № 2755-VI зі змінами і доповненнями (Розділ V. Податок на додану вартість)	Визначає платників податку на додану вартість, особливості добровільної реєстрації платників податку, анулювання свідоцтва, об'єкти, базу та ставки оподаткування, перелік неоподатковуваних та звільнених від оподаткування операцій, особливості оподаткування експортних та імпортних операцій, поняття податкової накладної, порядок обліку, звітування та внесення податку до бюджету.
Податковий Кодекс Затверджений ВР від 02.12.2011 № 2755-VI зі змінами і доповненнями (Розділ III. Податок на прибуток)	Визначає хто відноситься до платників податку, об'єкт оподаткування, порядок визначення доходів та їх склад, доходи, що не враховуються для визначення об'єкта оподаткування, порядок визнання доходів; склад витрат та порядок їх визнання, витрати, що не враховуються при визначенні оподатковуваного прибутку; та інше.
План рахунків бухгалтерського обліку і інструкція по його застосуванню. Наказ Міністерства фінансів України №291 від 30.11.99 р.	Встановлює призначення і порядок ведення рахунків бухгалтерського обліку для узагальнення методом подвійного запису інформації для складання звіту про фінансові результати.
П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Наказ Мінфіну від 31.03.99 р. №87.	Дане положення встановлює: мету складання фінансових звітів; їх склад; звітний період; якісні характеристики і принципи, якими слід користуватися під час складання фінансових звітів; вимоги до розкриття інформації у фінансових звітах.

Закінчення табл. 3.1

Нормативне інформаційне забезпечення	Стисла характеристика в контексті аналізу господарської діяльності
П(С)БО 2 «Баланс». Наказ Мінфіну від 31.03.99 р. №87.	Положення визначає структуру та склад статей балансу; порядок його формування та терміни надання.
П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати». Наказ Мінфіну від 31.03.99 р. №87.	Положення містить: визнання доходів і витрат; визначення прибутку (збитку) за звітний період; елементи операційних витрат; форму звіту про фінансові результати.
П(С)БО 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах». Наказ Мінфіну від 28.05.99 р. №137.	Розглядається порядок виправлення помилок, внесення і розкриття інших змін у фінансовій звітності.
П(С)БО 15 «Доходи». Наказ Мінфіну від 29.11.99 р. №290	Визначає визнання і класифікацію доходів, оцінку доходів, розкриття інформації про доходи в примітках до фінансової звітності.
П(С)БО 16 «Витрати». Наказ Мінфіну від 31.12.99 р. №318	Описує порядок визнання витрат, їх склад і розкриття інформації про витрати в примітках до фінансової звітності.
Порядок надання фінансової звітності. Наказ КМУ від 28.10.98 р. №419	В порядку розглядається, кому представляється фінансова звітність, в які терміни, а також в яких випадках проводиться інвентаризація активів і зобов'язань підприємства.
Інструкція про порядок приймання продукції виробничо-технічного призначення і товарів народного споживання за кількістю. Постанова Держарбітражу при Раді Міністрів СРСР від 15.06.65 р. № П-6	Розкриває порядок приймання продукції за кількістю, умови та порядок формування претензійних документів.
Інструкція про порядок приймання продукції виробничо-технічного призначення і товарів народного споживання за якістю. Постанова Держарбітражу при Раді Міністрів СРСР від 25.04.66 р. № П-7	Розкриває порядок приймання продукції за якістю, умови та порядок формування претензійних документів.

Таблиця 3.2

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОГО ФАКТОГРАФІЧНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Фактографічне інформаційне забезпечення	Стисла характеристика в контексті аналізу господарської діяльності
Облікова інформація	
Журнали-ордери і дебетові відомості	Узагальнюють інформації щодо окремих об'єктів обліку та застосовуються для оцінці структури та динаміки об'єкту аналізу.
Аналітичні відомості	Застосовуються для оцінки наявності, стану, динаміки та структури об'єкту оцінки взагалі, по окремих групах та об'єктах.
Звітна інформація	
Фінансова звітність:	
Баланс	Форма фінансової звітності, яка містить інформацію щодо майна підприємства та джерел його формування.
Звіт про фінансові результати	Розкриває інформацію відносно: • доходів, витрат та фінансових результатів підприємства від усіх видів діяльності; • елементів операційних витрат; • показників прибутковості акцій.
Звіт про рух грошових коштів	Узагальнює інформацію щодо надходження, витрачання та залишків грошових коштів підприємства за видам діяльності.
Звіт про власний капітал	Відображає інформацію відносно змін у власному капіталі, які пов'язані з переоцінкою активів, розподілом прибутку, внесками учасників, вилученням капіталу, тощо.
Примітки до фінансової звітності	Деталізує інформацію з інших форм фінансової звітності відносно окремих статей активів (нематеріальні активи, основні засоби, матеріальні запаси, тощо); доходів та витрат.
Податкова звітність:	
Декларація з податку на додану вартість	Відображає податкове зобов'язання та податковий кредит підприємства у розрізі різних ставок ПДВ, суму податку на додану вартість, яка підлягає сплаті до бюджету.
Декларація з податку на прибуток підприємства	Відображає інформацію щодо сум валових доходів та валових витрат підприємства; його амортизаційних відрахувань; суми зміни балансової вартості оборотних матеріальних цінностей; прибутку, який підлягає оподаткуванню; суми податку на прибуток.

Закінчення табл. 3.2

Фактографічне інформаційне забезпечення	Стисла характеристика в контексті аналізу господарської діяльності
Статистична звітність:	
Звіт із праці (форма № 1-ПВ)	Деталізує інформацію щодо: • складу фонду оплати праці та інших виплат; • кількості та фонду оплати праці окремих категорій працівників; • розподілу працівників за розмірами заробітної плати; • руху робочої сили.
Звіт про використання робочого часу (форма № 3-ПВ)	Відображає інформацію щодо відпрацьованого та невідпрацьованого фонду робочого часу; змін у складі робітників, які відбулися за звітний період.
Звіт про наявність та рух основних засобів, амортизацію (знос) (форма № 11-ОЗ)	Розкриває інформацію щодо наявності, надходження, вибуття та нарахування зносу на основні засоби за видами; наявності окремих видів основних засобів на кінець періоду.
Звіт про продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства (форма № 3-торг)	Є специфічною формою звітності підприємств роздрібної торгівлі. Відображає залишки та продаж товарів у розрізі класифікаційних груп.
Поза облікова інформація	
Результати перевірок державних та недержавних контролюючих органів	Є одним з найсуттєвіших видів інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності, бо надає впевненості у його об'єктивності, а значить і у об'єктивності результатів аналітичної оцінки.
Штатний розклад	Застосовується для оцінки відповідності фактичної наявності трудових ресурсів запланованим показник, як вцілому по підприємству так і по його структурних підрозділах, групах робітників.
Бізнес-план підприємства	Містить інформацію планового характеру; застосовується для оцінки виконання плану за окремими об'єктами аналізу: собівартість продукції, доходи, витрати, продуктивність праці, рентабельність підприємства, тощо.

Довідкове інформаційне забезпечення аналізу господарської діяльності можна з певною долею умовності поділити на декілька груп:

1. Статистичні показники:

— середньогалузеві показники, які дають змогу порівнювати інформацію щодо підприємства, діяльність якого аналізується, з інформацією, середньою по галузі;

— індекс інфляції. Застосовується для нівелювання впливу інфляції та обчислення показників у порівняних цінах.

Обидва види інформації формуються органами державної статистики та публікуються у періодичних (щомісячних, щоквартальних, щорічних) збірниках. Ці збірники формуються як у розрізі регіонів, галузей, так і в цілому по країні.

2. Нормативні показники:

— норми виробітки обладнання застосовуються для оцінки ефективності роботи обладнання та повноти застосування виробничої потужності підприємства. Ці показники залежать від технологічних характеристик обладнання, які відображені в його паспортах;

— норми витрати сировини та матеріалів на виробництво готової продукції дають змогу оцінити відхилення фактичних показників від запланованих; вплив факторів на зміну собівартості виробленої продукції. Ці норми визначаються технологічними картами та калькуляційними викладками.

Таким чином, ефективне розв'язання аналітичних задач стає можливим при наявності повного обсягу необхідного інформаційного забезпечення, яке всебічно характеризує об'єкт оцінки та своєчасно надходить до аналітичної функції системи управління підприємством.

Контрольні питання до теми

1. Що включає у себе організація аналітичної роботи на підприємстві?
2. Які суб'єкти і з якою метою можуть проводити аналітичні роботи?
3. Як оформляють результати аналітичної роботи?
4. Які структурні елементи містить аналітична записка?
5. У чому зміст підготовчого етапу аналітичного процесу?
6. У чому зміст основного етапу аналітичного процесу?
7. У чому зміст заключного етапу аналітичного процесу?
8. Які особливості та специфіка економічної інформації?
9. Яким чином класифікується економічна інформація?
10. Охарактеризуйте складові елементи інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності.
11. Які види вхідних інформаційних потоків на підприємстві? Їх сутність.
12. Які якісні характеристики притаманні інформації?
13. Яким чином класифікується інформаційне забезпечення аналізу господарської діяльності?
14. Яка характеристика нормативно-довідкового інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності?
15. Надайте характеристику фактографічного інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності.

Тематика доповідей

1. Особливості виділення етапів та їх змісту при проведенні аналізу господарської діяльності на підприємстві в умовах реалізації комп'ютерних технологій.
2. Історія розвитку «теорії інформації».
2. Інформаційна система підприємства: складові елементи, їх характеристика та взаємозв'язок.
3. Оптимізація організації інформаційних потоків підприємства.
4. Особливості реалізації аналітичної функції управління в умовах застосуваннях комп'ютерних технологій.

Тестові завдання

1. Проведення аналізу господарської діяльності на підприємстві включає наступні етапи:
А) підготовчий, основний, заключний;
Б) організаційний, інформаційний та методичний;
В) плановий, організаційний та розрахунковий.

2. Ознайомлення з матеріалами і результатами раніше проведеного аналізу за окресленою програмою, це елемент наступного етапу аналізу:
А) підготовчого;
Б) основного;
В) розрахункового.

3. Виявлення резервів підвищення ефективності основної діяльності підприємства відбувається на наступному етапі аналізу діяльності підприємства:
А) методичному;
Б) основному;
В) заключному.

4. Метою заключного етапу аналізу господарської діяльності підприємства є …
А) узагальнення отриманих результатів аналітичної оцінки діяльності підприємства;
Б) виявлення недоліків в роботі підприємства;
В) надання висновків та рекомендацій за результатами проведеного аналізу господарської діяльності.

5.На ефективність використання інформації впливають:
А) характеристика осіб, які формують та сприяють обміну нею;
Б) швидкість її проходження до аналітичної підсистеми в системі управління підприємством;
В) надійність джерел, які її формують.

5. Функціонування інформаційної системи підприємства передбачає:
А) отримання інформації від зовнішніх джерел, її обробку та подальшу передачу до зовнішнього середовища;
Б) контроль та регулювання процесу збору, узагальнення та систематизації інформації щодо діяльності підприємства;
В) збір, передачу, обробку та зберігання інформації про об'єкт управління.

6. Інформаційне забезпечення аналізу господарської діяльності включає:
А) інформацію та інформаційні потоки;
Б) інформацію, інформаційну систему, інформаційні технології, комунікативне середовище;
В) джерело формування інформації; носії інформації; осіб, які сприяють обміну інформацією.

7. Процеси управління забезпечуються:
А) вертикальними інформаційними потоками;
Б) горизонтальними інформаційними потоками;
В) вертикальними та горизонтальними інформаційними потоками.

8. За ступенем значущості виділяють наступні види інформаційних потоків:
А) формальні та неформальні;
Б) суттєві та несуттєві;
В) пріоритетні та другочергові.

9. Репрезентативність інформації пов'язана з:
А) можливістю проведення відповідних процедур її отримання і перетворення;
Б) правильністю її відбору та формування з метою адекватного відображення заданих властивостей об'єкту;
В) можливістю її використання при вирішенні задач аналізу без порушення встановлених процедур та термінів.

10. Економічність інформації характеризує:
А) можливість отримання інформації щодо економічного становища та фінансового положення суб'єкта господарювання;
Б) мінімізацію витрат підприємства на одержання максимально корисної інформації щодо об'єкту оцінки;
В) зіставність витрат на її одержання та ефекту від використання.

11. За сферою формування інформаційне забезпечення аналізу господарської діяльності поділяється на:
А) планове, організаційне, облікове, контрольне;
Б) внутрішнє та зовнішнє;
В) облікове, фінансове.

12. Виділення нормативно-довідкової та фактографічної інформації відбувається за наступною ознакою:
А) за структурою;
Б) за ступенем значущості;
В) за рівнем доступності.

13. Фактографічне інформаційне забезпечення аналізу господарської діяльності поділяється на наступні групи:
А) внутрішнє та зовнішнє;
Б) облікове, звітне, позаоблікове;
В) планове, організаційне, нормативне.

14. Баланс, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів, звіт про власний капітал відносяться до:
А) конфіденційної інформації;
Б) довідкової інформації;
В) звітної інформації.

Література

[2,8, 14, 15, 25, 36 — 40, 62, 67, 71, 74 — 77, 79, 109, 114].

Тема 4

—♦—

МЕТОДИЧНІ ПРИЙОМИ АНАЛІТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

4.1. Сутність, зміст і особливості методу та методики аналізу господарської діяльності
4.2. Класифікація методичних прийомів аналітичних досліджень
4.3. Характеристика математичних способів та прийомів аналізу господарської діяльності
4.4. Характеристика евристичних способів та прийомів аналізу господарської діяльності

4.1. Сутність, зміст і особливості методу та методики аналізу господарської діяльності

Кожна наукова дисципліна має свій предмет та метод дослідження. Термін «метод» походить від грецького «methodos», що в перекладі означає «шлях до чогось», тобто знання про те, яким способом, в якій послідовності потрібно розв'язувати ті чи ті завдання.

Під *методом у широкому розумінні* слова слід розуміти шляхи, способи та засоби пізнання дійсності, сукупність органічно пов'язаних принципів та прийомів дослідження різноманітних явищ. Метод визначається змістом та особливостями предмета. Предмет відповідає на запитання, що ми вивчаємо, а метод — як вивчаємо, якими способами та з допомогою яких саме засобів.

Під *методом аналізу господарської діяльності* розуміють науково обґрунтовану систему теоретико-пізнавальних категорій, принципів, способів та спеціальних прийомів дослідження, що дають змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення і базуються на діалектичному методі пізнання.

Особливості *діалектичного методу* полягають у тому, що всі явища, які досліджуються, розглядаються в їх взаємозв'язку та русі, зміні та розвитку, при цьому розвиток розуміють як боротьбу протилежностей на засаді об'єктивних законів реальної дійсності.

Категорії аналізу господарської діяльності — це загальні, ключові поняття даної науки: фактори, резерви, модель, результативний показник, відсоток, дисконт, фінансовий результат, капітал, зобов'язання, активи, грошовий потік, леверидж тощо.

Принципи аналізу господарської діяльності регулюють процедурну сторону його методології та методики.

Основним елементом методу аналізу господарської діяльності є його науковий інструментарій (апарат), тобто сукупність загальнонауко-

вих та специфічних способів і прийомів дослідження основної діяльності підприємств.

Метод аналізу має певні специфічні особливості, до яких належать:

- використання системи показників, що характеризують діяльність підприємства;
- вивчення причин зміни показників;
- визначення та вимірювання взаємозв'язків та взаємних залежностей між ними за допомогою спеціальних прийомів.

Метод реалізується через методику. *Методика* як сукупність правил, прийомів і способів для доцільного виконання будь-якої роботи завжди конкретна.

В аналізі господарської діяльності методика являє собою сукупність аналітичних способів і правил дослідження економіки підприємства, що певним чином відповідні до мети аналізу.

Під *загальною методикою* розуміють систему дослідження, що однаково використовується при вивченні різних об'єктів аналізу господарської діяльності в різних галузях економіки. *Індивідуальні методики* конкретизують загальну відносно визначених галузей економіки, визначеного типу виробництва або об'єкта дослідження.

4.2. Класифікація методичних прийомів аналітичних досліджень

Найважливішим елементом методики аналізу господарської діяльності є *технічні прийоми та способи аналізу***,** які можна назвати інструментарієм аналізу. Вони використовуються на різних етапах дослідження для:

— первинної обробки зібраної інформації;

— вивчення стану та закономірностей розвитку об'єктів, що досліджуються;

— визначення впливу факторів на результати діяльності підприємств;

— підрахунку невикористаних резервів збільшення ефективності виробництва;

— узагальнення результатів аналізу та комплексної оцінки діяльності підприємств;

— обґрунтування планів економічного та соціального розвитку, управлінських рішень, різних заходів.

Багато прийомів, що використовуються в аналізі господарської діяльності, запозичені з інших наук: математики, статистики, бухгалтерського обліку. Аналіз господарської діяльності, пристосовуючи ці прийо-

ми до вивчення свого предмета, вносить у них необхідні зміни. Але певні прийоми притаманні тільки економічному аналізу.

Усі прийоми аналізу господарської діяльності можна поділити на дві групи: якісні та кількісні. *Якісні прийоми* дослідження не дають числової характеристики явищ, що вивчаються, а тільки відповідають на питання, як досліджувати економічні процеси, визначають способи підходу до вивчення закономірностей. Якісні прийоми притаманні як процесу наукового пізнання в цілому, так і окремим науковим сферам дослідження. До *якісних (абстрактно-логічних) прийомів* дослідження відносять: аналіз, синтез, індукцію, дедукцію, порівняння, евристичні прийоми.

Кількісні прийоми дослідження дають числову характеристику економічних явищ і поділяються на описові та аналітичні.

Описові прийоми дослідження дають можливість визначити розміри, масштаби, тенденції, динаміку розвитку економічних процесів, визначають стан та структуру економічних явищ, певну числову характеристику окремих напрямків діяльності підприємства. До них належать середні та відносні величини, ряди динаміки, графічний прийом, структурні та типологічні групування.

Аналітичні прийоми уможливлюють не тільки визначення певних значень показників, що характеризують економічні процеси, а й дослідження причинно-наслідкових залежностей між явищами, силу впливу окремих факторів на предмет дослідження. У свою чергу, аналітичні прийоми поділяються на прийоми, за допомогою яких вивчаються функціональні (детерміновані) залежності, і прийоми, що використовуються для дослідження стохастичних взаємозв'язків. До перших відносять ланцюгові підстановки, спосіб абсолютних та відносних різниць, індексний спосіб, інтегральний, пропорційного ділення, часткової участі, балансовий прийом. Щодо засобів стохастичного факторного аналізу, то найбільшого поширення набули аналітичні групування, кореляційно-регресійний метод, дисперсійний аналіз, компонентний аналіз. В окрему групу можна виділити прийоми, що дають змогу оптимізувати певні економічні явища: лінійне програмування, теорія масового обслуговування, теорія ігор тощо.

4.3. Характеристика математичних способів та прийомів аналізу господарської діяльності

До *математичних прийомів та способів аналізу господарської діяльності* відносять:

1. Традиційні логічні прийоми обробки інформації (порівняння; відносні та середні величини; групування; балансові; графічні; табличні).

2. Прийоми детермінованого аналізу:

2.1. Моделювання факторних систем (адитивних; мультиплікативних; кратних; комбінованих);

2.2. Способи факторних розрахунків (ланцюгові підстановки; абсолютних різниць; індексний; відносних різниць; інтегральний тощо);

2.3. Способи детермінованої комплексної оцінки (метод сум; суми місць; середньої геометричної; метод відстаней).

3. Прийоми фінансової математики (прості та складні відсотки, дисконтування, визначення нарощеної суми).

4. Прийоми стохастичного аналізу: кореляція (парна, рангова, канонічна), регресійний аналіз; дисперсійний аналіз; компонентний аналіз; сучасний багатомірний факторний аналіз тощо.

5. Прийоми оптимізації показників (математичне програмування, дослідження операцій, теорія ігор, теорія масового обслуговування; сітьові методи планування і управління, теорія управління запасами тощо).

Основними традиційними прийомами аналізу господарської діяльності є:

— *абсолютні величини* — показують, як змінюється показник протягом певного періоду часу або на скільки один порівнянний показник (об'єкт, явище) відрізняється від іншого за певною ознакою у абсолютному виразі;

— *відносні величини* обчислюються шляхом побудови часового ряду, тобто вони характеризують зміну того чи іншого показника в часі у відносному виразі. Здебільшого відносні величини є відношенням двох абсолютних величин (відсоток виконання плану, темпи зростання та приросту окремих показників тощо);

— *спосіб порівняння* являє собою оцінку й аналіз об'єкта, що досліджується, через аналогічні об'єкти (логічно порівнянні, але різнорідні за економічним змістом). Тобто порівняння як метод спосіб дослідження здійснюється через зіставлення одного показника з іншими з метою визначення спільних рис або розбіжностей між ними (планових і фактичних показників, фактичних показників з нормативними, фактичних показників з аналогічними показниками минулих років тощо);

— *середні величини* являють собою узагальнюючу характеристику якісно однорідних, але кількісно відмінних одна від одної величин. Середні величини використовуються в якості однієї з найважливіших характеристик варіаційного ряду, що отримані при обробці економічних даних;

— *групування* — зведення первинних даних в окремі однорідні групи залежно від тієї чи іншої ознаки. Групування дозволяють не тільки систематизувати матеріал, а й виявляти характерні і типові взаємозв'язки процесів, ліквідувати випадкові відхилення;

— *балансовий спосіб* — це спеціальний прийом зіставлення взаємозв'язаних показників основної діяльності у формі балансу;

— *таблиці* — компактно і концентровано розкривають мовою цифр не тільки вихідну інформацію, але і алгоритми розрахунків та їхні результати. У таблицях прийнято розташовувати: спочатку абсолютні показники, потім відносні; вихідну інформацію раніше, ніж розрахункові показники; спочатку факторні показники, потім — результативні; далі — послідовні дії факторного аналізу і баланс відхилень, зведені результати аналізу.

В умовах поширення використання електронних таблиць EXCEL особливу увагу слід приділити *графічному* відображенню вихідної інформації і результатів її обробки.

Microsoft Excel підтримує різні типи діаграм, дозволяючи представити дані у найбільш зрозумілому вигляді. Створюючи діаграму за допомогою майстра діаграм — або використовуючи команду «Тип діаграми» для зміни існуючої діаграми — можна легко вибрати потрібний тип у списку стандартних або призначених для користувача типів діаграм:

— *гістограма* дозволяє представити зміну даних впродовж відрізку часу або наочно порівняти різні величини. Гістограми діляться на наступні підтипи: звичайна гістограма, гістограма з накопиченням, нормована гістограма з накопиченням, об'ємна гістограма;

— *лінійчата діаграма* дозволяє наочно порівняти окремі елементи. Лінійчаті гістограми діляться на наступні підтипи: з групуванням, із накопиченням;

— *графік* показує тенденцію зміни величин через рівні проміжки Графіки діляться на наступні підтипи: звичайний, із накопиченням, нормований із накопиченням, об'ємний;

— *кругова діаграма* відображає елементи, які створюють ряд даних, показує внесок кожного значення у загальну суму;

— *точкова діаграма* показує відношення між чисельними значеннями в декількох рядах даних або відображує дві групи чисел як один ряд даних з координатами *x* і *y*;

— *діаграма з областями* підкреслює зміну значення величин з часом;

— *кільцева діаграма*, як і кругова, показує відношення часток до цілого, але цей тип діаграми може включати декілька рядів даних;

— *пелюсткова діаграма* дозволяє порівнювати сукупні значення декількох рядів даних, показує відмінність значень щодо центральної крапки;

— *поверхневу діаграму* доцільно використовувати для пошуку якнайкращого поєднання в двох наборах даних. Так само, як на топографічній карті, області, що відносяться до одного діапазону значень, виділяються однаковим кольором або узором;

— *бульбашкова діаграма* — це різновид точкових діаграм, яка порівнює три набори значень і може бути представлена в об'ємному вигляді. Розмір бульбашки, або маркер даних показує значення третьої змінної;

— *біржові діаграми* найчастіше використовуються для демонстрації цін на акції,

— *лінійчаті, циліндрові, конічні і пірамідальні діаграми* використовують для підсилення ефекту гістограм, лінійчатих діаграм і об'ємних гістограм.

4.4. Характеристика евристичних способів та прийомів аналізу господарської діяльності

Евристичними називають спеціальні методи здобуття нових знань, засновані на використанні досвіду, інтуїції фахівця і його творчого мислення як сукупності властивих людині механізмів вирішення творчих завдань (встановлення ситуативних відносин при з'ясуванні проблеми, відкидання безперспективних варіантів вирішення, узагальнення, аналогія, спростування за допомогою контрприкладів тощо). Евристичні методи є універсальними, і їх застосовують у всіх сферах науки і практики. їх широко використовують також в аналізі господарської діяльності. Можна стверджувати, що оволодіння евристичними методами визначає мистецтво аналізу.

Серед евристичних виділяють *експертні та психологічні методи.*

Евристичні методи звичайно протиставляють формалізованим, що спираються на точний математичний опис явиш. Соціально-економічні явища і процеси цілком або частково не піддаються математичній формалізації, тобто для них неможливо чи дуже важко розробити адекватну модель. Це пов'язано з труднощами кількісного оцінювання політичних, соціальних і психологічних факторів, що визначають господарську діяльність людей: численністю таких виробничих процесів, збір репрезентативних зведень про які потребує великих витрат часу і засобів; обмеженою придатністю інформації про минуле для прогнозування майбутнього.

Експертні методи — це комплекс логічних та математичних прийомів і процедур, що забезпечують отримання від фахівців-експертів інформації, яка дає змогу оцінити причини, що посприяли досягненню високого рівня господарювання, підготувати і вибрати раціональні управлінські рішення.

Застосування експертних методів дає змогу заповнити прогалину необхідною для аналізу інформацією, ґрунтуючись на судженнях, ймовірних оцінках виявлення експертів у виробництві та управлінні досліджуваних причинно-наслідкових зв'язків. Виходячи із застосованої методики експе-

ртизи, розрізняють два види отриманої від експертів інформації і, відповідно, два класи аналітичних завдань, розв'язуваних на її основі.

По-перше, експертні методи переважно забезпечують отримання інформації про одиничні прояви типових причинно-наслідкових зв'язків у конкретних обставинах місця і часу. Такі зведення одержують при опитуванні робітників, бригадирів, технічних та економічних фахівців цехових служб, керівників підрозділів підприємства. Цю інформацію використовують для вирішення аналітичних завдань, спрямованих на вдосконалення виробництва і керування на окремих робочих місцях, ділянках, у цехах і на підприємстві загалом. Наприклад, мова може йти про виявлення причин і визначення заходів щодо запобігання непродуктивним витратам часу і засобів, неритмічній роботі, бракові, невиконанню норм виробітку, відставанням від графіка впровадження нової техніки тощо в одному або кількох підрозділах чи бригадах.

По-друге, на основі експертних методів отримують інформацію про типовий прояв досліджуваних взаємозв'язків. Ці зведення одержують від обмеженої кількості експертів високої кваліфікації, які володіють глибокими знаннями закономірностей перебігу соціально-економічних процесів у різних ситуаціях. Серед завдань аналізу господарської діяльності, які розв'язують на основі такої інформації, дуже поширені: а) ранжування факторів і показників за їхньою значимістю при оцінюванні якогось явища; б) ранжування бригад, ділянок, цехів і підприємств: за місцем, зайнятим кожним з них на підприємстві в умовах конкуренції: за станом розвитку окремих аспектів господарської діяльності, оцінювальних різнорідних показників, наприклад: за техніко-економічним рівнем виробництва, фінансовим станом тощо; в) попереднє оцінювання очікуваного виконання плану за відповідним показником.

Основними етапами проведення цільового аналізу на основі експертних методів є такі: визначення мети дослідження на основі результатів періодичного аналізу господарської діяльності; створення групи фахівців-аналітиків, на яких покладають організацію експертизи; вибір опитування стосовно конкретної господарської ситуації; розробка програми обстеження і складання опитувального листка; визначення кількості і складу експертів; проведення опитування; аналіз та обробка інформації, отриманої від експертів; узагальнення результатів експертизи і підготовка варіантів рішення, що забезпечить досягнення визначеної мети.

Серед експертних методів виділяють *індивідуальні і колективні*. *Індивідуальні експертні методи* полягають у використанні думок експертів — фахівців відповідного профілю, сформульованих кожним з них незалежно один від одного. До індивідуальних належать такі експертні методи, як інтерв'ю й анкетування.

Метод інтерв'ю полягає в постановці аналітиком у ході бесіди з експертом запитань про фактори, що визначають стан досліджуваного об'єкта, шляхи і засоби зміни стану об'єкта у бажаному напрямку. Зміст запитань визначає заздалегідь складена програма, яку можна уточнювати у процесі інтерв'ю. Ефективність даного й інших методів експертного оцінювання визначається: глибиною аналізу розглянутої проблеми, який передував опитуванню і якістю програми опитування і методики її проведення: придатністю обраних експертів для вирішення проблемі! (їхньою компетентністю, ерудованістю у суміжних сфера діяльності, відсутністю особистої зацікавленості у певному висвітленні фактів або розвиткові подій і деякими іншими властивостями). Успішність застосування саме методу інтерв'ю, крім названих умов, залежить від ступеня поінформованості про досліджувану проблему аналітика, який проводить опитування, і особливо від здатності експерта відповідати на запитання експромтом.

Метод анкетування (аналітичного експертного оцінювання) ґрунтується на самостійній підготовці експертом відповідей на запитання анкети. Однак досвід доводить, що у письмовому викладі суті господарських ситуацій і в анкеті великого значення набувають такі суб'єктивні фактори, як «місцевий патріотизм», небажання виступати з критикою товаришів по службі І керівників, скептицизм щодо значення і способів дослідження, неправильне тлумачення чи нерозуміння запитання, звичайне небажання займатися невластивою опитуваному роботою. Усе це негативно позначається на якості аналізу, проведеного за допомогою анкетування.

Основні переваги індивідуальних методів полягають у можливості використання здібностей і знань окремого експерта, а також у відносній простоті проведення цільового аналізу. *Головний їхній недолік* — обмеженість знань кожного з опитуваних про стан і розвиток суміжних сфер діяльності. Тому більшого поширення на практиці набули колективні експертні методи, при використанні яких бере участь група експертів, добре обізнаних у багатьох суміжних сферах діяльності. *Перевага колективних методів* полягає в організації різними способами взаємодії між залученими фахівцями, що дає змогу проаналізувати проблему різнобічно.

Найпоширенішими *методами колективного експертного оцінювання* є: метод комісії, у тому числі проведення виробничих нарад, конференцій і семінарів для обміну досвідом чи для обговорення певного кола проблем за «круглим столом»; організація роботи експертів щодо застосування методики «відстороненого оцінювання»; метод Дельфі тощо.

Експертне оцінювання на основі методу комісій дає змогу виробити ліпшу альтернативу для оцінювання конкретної ситуації з урахуванням

дії комплексу якісно різних факторів. Недолік методу полягає в тому, що група експертів, які беруть участь у нарадах і висловлюють свої судження, керується переважно логікою компромісу. При цьому в учасників остаточно сформувалися оцінки і варіанти вирішення проблеми, які не обов'язково ліпші за ті, що висловлені на нараді.

Методика «відстороненого оцінювання» спрямована на усунення вказаного недоліку методу комісій. Відповідно до цієї методики робота нарад поділена на два періоди: вільного висловлення ідей і критичного аналізу. При цьому нараду організують так, щоби висловлене експертом первинне судження не обтяжувало його, а стимулювало до подальшої роботи з аналізу і підготовки рішень.

Метод Дельфі — багато етапний метод, який передбачає початкове ізольоване винесення експертами своїх суджень і подальшу багаторазову їх коригування на базі ознайомлення кожного експерта з судженнями інших експертів до тих пір, поки величина розкиду оцінок не буде знаходитися в рамках заздалегідь встановленого бажаного інтервалу варіювання оцінок. Отримувані за допомогою даних методик оцінки носять статичний і одноразовий характер, в результаті чого виникає необхідність повторного звернення до експертів при складанні прогнозу частки ринку на наступні періоди. Крім того, метод внутрішнього і зовнішнього експертного прогнозування характеризується певним ступенем суб'єктивності. Надійність методу Дельфі вважається високою при прогнозуванні на період як від 1 до 3 років, так і на більш віддалений період часу. Залежно від мети прогнозу для отримання експертних оцінок може залучатися від 10 до 150 експертів. Якісний підхід дозволяє оцінити специфіку кожної конкретної ситуації. У деяких випадках уважне дослідження різних специфічних елементів, які визначають ситуацію, може бути більш важливим, ніж проведення систематичної кількісної оцінки.

Психологічні методи є сукупністю правил і процедур, які стимулюють вирішення творчих завдань. За допомогою психологічних методів пришвидшується вирішення нових творчих завдань аналізу. Найпоширенішими є описані нижче методи.

«Мозкова атака» — це метод розв'язування невідкладних завдань за дуже обмежений час. Суть методу полягає в тому, що необхідно висловити найбільшу кількість ідей за невелику кількість часу, обговорити та здійснити їхній відбір. Цей метод використовується для розвитку творчих здібностей або для розв'язання складних проблем. Метод мозкової атаки можна використовувати в різних формах діяльності: у роботах з малими групами, командами, великими групами («гра з глядачами»), індивідуальній роботі віч-на-віч.

За звичайних прийомів обговорення та розв'язання проблем виникненню новаторських ідей перешкоджають контролюючі механізми сві-

домості, які сковують потік цих ідей під тиском звичних, стереотипних форм прийняття рішень. Проведення роботи можуть стримувати такі фактори: страх перед невдачею, побоювання видатися смішним тощо. Для нейтралізації цих факторів проводиться мозкова атака, яка поєднує евристичний діалог та метод вільних асоціацій.

Метод контрольних запитань полягає у вирішенні аналітичних завдань на основі використання заздалегідь складеного переліку навідних запитань, що дають змогу оцінити проблему з багатьох, у тому числі нетрадиційних, позицій.

Метод морфологічного аналізу, що має кілька різновидів, спрямований на подолання упередженості щодо існуючих думок про можливість і шляхи вирішення проблеми. З його допомогою поставлене завдання описують й аналізують як сукупність усіх можливих структурних (тобто морфологічних зв'язків) і відношень між елементами. Аналізу передує розробка морфологічних таблиць чи графіків.

Контрольні питання до теми

1. Надайте визначення методу аналізу господарської діяльності.
2. Що таке методика аналізу господарської діяльності?
3. Як класифікуються методичні прийоми аналітичних досліджень?
4. Охарактеризуйте математичні способи та прийоми аналізу господарської діяльності.
5. Назвіть основні математичні способи та прийоми аналізу господарської діяльності.
6. Охарактеризуйте евристичні способи та прийоми аналізу господарської діяльності.
7. Назвіть основні евристичні способи та прийоми аналізу господарської діяльності.

Тематика доповідей

1. Дискусійні питання визначення методу і методики аналізу господарської діяльності.
2. Метод Дельфі: особливості використання в аналізі господарської діяльності.
3. «Мозкова атака» як евристичний прийом аналізу господарської діяльності.

Тестові завдання

1. Методика в аналізі господарської діяльності — це:
А) сукупність аналітичних способів і правил дослідження економіки підприємства відповідно до мети;

Б) сукупність органічно пов'язаних принципів та прийомів дослідження економічних явищ;
В) послідовність всіх операцій, що складають загальну систему дій і способів організації аналізу господарської діяльності.

2. Що не відноситься до якісних прийомів дослідження:
А) синтез;
Б) індукцію;
В) евристичні прийоми;
Г) описові прийоми.

3. Що не відноситься до кількісних прийомів дослідження:
А) детермінований аналіз;
Б) стохастичний аналіз;
В) евристичні прийоми;
Г) описові прийоми.

4. Що не відноситься до математичних прийомів та способів аналізу господарської діяльності?
А) детермінований аналіз;
Б) стохастичний аналіз;
В) евристичні прийоми;
Г) традиційні логічні прийоми обробки інформації.

5. Що не відноситься до евристичних прийомів та способів аналізу господарської діяльності?
А) експертні;
Б) психологічні;
В) метод Дельфі;
Г) традиційні логічні прийоми обробки інформації.

Література

[8, 13, 14, 76, 28, 49, 33, 35, 38, 39, 42, 47, 50, 52, 53, 55 — 57, 60].

Тема 5

—♦—

МЕТОДИЧНІ ПРИЙОМИ ТА СПОСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

5.1. Сутність та характеристика детермінованих факторних систем
5.2. Сутність та характеристика прийомів детермінованого факторного аналізу
5.3. Загальна характеристика способів комплексної оцінки
5.4. Прийоми оптимізації показників

5.1. Сутність та характеристика детермінованих факторних систем

Одним із важливих інструментів аналізу господарської діяльності є моделювання, під яким розуміють метод дослідження економічних явищ і процесів шляхом створення їх абстрактного образу — моделі. Модель дає можливість отримати чітке уявлення про аналізований об'єкт, дати йому характеристику та кількісно описати внутрішню структуру та зовнішні зв'язки.

Залежно від того, чи враховує економіко-математична модель елемент випадковості, вона може бути віднесена до класу стохастичних чи детермінованих. У *детермінованих моделях* ні цільова функція, ні рівняння зв'язку не містять випадкових факторів. Значить, для даної множини вхідних значень на виході може бути отриманий лише один-єдиний результат.

Теорія моделювання факторних систем передбачає розгляд розрахункової формули результативного показника у вигляді моделі його факторної системи, елементами якої є факторні показники. Така модель дозволяє кількісно виміряти, яка частина зміни результативного показника обумовлена зміною факторних, від яких він залежить. Представлення детермінованого зв'язку результативного показника з певною сукупністю факторних у вигляді однієї математичної формули складає суть процесу моделювання факторних систем. Слід зауважити, що така формула, з одного боку, є розрахунковою формулою аналітичного показника, з іншого — моделлю факторної системи, бо її елементи відображають причинно-наслідкові зв'язки.

Процеси моделювання можна умовно підрозділити на три етапи:

1 етап — аналіз теоретичних закономірностей;

2 етап — визначення методів для вирішення завдань;

3 етап — аналіз отриманих результатів.

Виділяють наступні типи детермінованих моделей:

— *адитивні:*

$$y = a + b + c\,, \tag{5.1}$$

де y — результативний показник,

a, b, c — фактори.

— *мультиплікативні:*

$$y = a \cdot b \cdot c\,, \tag{5.2}$$

— *кратні*:

$$y = a/b\,, \tag{5.3}$$

— *комбіновані (змішані):*

$$y = a/(b + c)\,,\ y = a/bc\,,\ y = a + bc\,. \tag{5.4}$$

До детермінованих методів факторного моделювання відносять: метод подовження, розширення, скорочення та формального розкладу факторної системи.

Метод подовження факторної системи передбачає подовження чисельника вихідної факторної системи шляхом заміни одного чи кількох факторів на суму однорідних факторів. Таке перетворення дозволяє отримати кінцеву факторну модель у вигляді суми (адитивна модель) нового набору факторних показників.

$$y = \frac{a}{b} = \frac{c + d + e}{b} = \frac{c}{b} + \frac{d}{b} + \frac{e}{b} = X_1 + X_2 + X_3 \tag{5.5}$$

якщо $a = c + d + e$.

Метод розширення факторної системи передбачає розширення моделі вихідної факторної системи шляхом множення чисельника і знаменника дробу на один і той самий факторний показник. Таке перетворення дозволяє отримати кінцеву факторну модель у вигляді добутку (мультиплікативна модель) нового набору факторних показників.

$$y = \frac{a}{b} = \frac{a * c}{b * c} = \frac{a}{c} * \frac{c}{b} = X_1 * X_2 \tag{5.6}$$

Метод скорочення факторної системи передбачає розширення вихідної факторної системи шляхом ділення чисельника і знаменника дробу на один і той самий факторний показник. Таке перетворення не веде до зміни моделі вихідної факторної системи (кратна модель).

$$y = \frac{a}{b} = \frac{a/c}{b/c} = \frac{X_1}{X_2} \tag{5.7}$$

Метод формального розкладання факторної системи передбачає подовження знаменника вихідної факторної системи шляхом заміни одного чи більше факторів на суму однорідних факторів. Таке перетворення не веде до зміни моделі вихідної факторної системи (кратна модель).

$$y = \frac{a}{b} = \frac{a}{c + d + e} \tag{5.8}$$

якщо $b = c + d + e$.

Приведені методи моделювання вихідних факторних систем для кратних моделей можуть використовуватися послідовно або всі зразу, незалежно від напрямків аналізу.

Треба відмітити, що кратні моделі є різновидністю мультиплікативних. Будь-яку кратну модель можна представити як добуток чисельника дробу на знаменник у степені мінус один. Одночасно кожна складова адитивної моделі є однофакторною мультиплікативною моделлю.

Правильно побудована факторна модель забезпечує отримання індивідуальних кількісних величин впливу факторів, незалежно від виду моделі факторної системи і методів її аналізу.

5.2. Сутність та характеристика прийомів детермінованого факторного аналізу

У детермінованому аналізі для виміру впливу факторів на результативний показник використовують різні способи, у основі яких лежить прийом елімінування.

Елімінування — означає усунення, виключення впливу всіх, окрім одного, факторів на величину результативного показника. Цей прийом виходить з умовного визнання того, що всі фактори змінюються незалежно один від одного.

Поширеним в аналітичних розрахунках є *спосіб ланцюгової підстановки* через можливість використовувати його в детермінованих моделях усіх типів. Суть методу ланцюгових підстановок полягає у послідовній, почерговій заміні у функціональній моделі, яка описує базисний рівень економічного показника, базисних параметрів на звітні, в обчисленні умовних результатних показників та їх порівнянні для визначення впливу факторів. При цьому в першу чергу підлягають заміні кількісні параметри, далі — структурні, в останню чергу — якісні. Якщо у фор-

мулі міститься кілька кількісних, структурних або кілька якісних показників, послідовність замін залежить від оцінки того, які з них є основними, а які — похідними, які — вторинні. За почергової заміни базисних показників у формулі на звітні одержані результати можна зіставляти між собою, різниця між кожним наступним та попереднім показником і виражатиме елімінування впливу всіх інших факторів, крім заміненого.

Математичний опис способу ланцюгових підстановок при використанні його, наприклад, у трьохфакторних мультиплікативних моделях виглядає в такий спосіб.

Трьохфакторна мультиплікативна система:

$$y_0 = a_0 \cdot b_0 \cdot c_0 \tag{5.9}$$

Послідовні підстановки:

$$y' = a_1 \cdot b_0 \cdot c_0 ; \tag{5.10}$$

$$y'' = a_1 \cdot b_1 \cdot c_0 ; \tag{5.11}$$

$$y_1 = a_1 \cdot b_1 \cdot c_1 . \tag{5.12}$$

Тоді для розрахунку впливу кожного з факторів треба виконати такі дії:

$$\Delta y(a) = y' - y_0 ; \tag{5.13}$$

$$\Delta y(b) = y'' - y' ; \tag{5.14}$$

$$\Delta y(c) = y_1 - y'' . \tag{5.15}$$

Баланс відхилень:

$$y_1 - y_0 = \Delta y(a) + \Delta y(b) + \Delta y(c). \tag{5.16}$$

У мультиплікативних і комбінованих (змішаних) моделях широко застосовується *спосіб абсолютних різниць,* який також заснований на прийомі елімінування. Правило розрахунків цим способом у мультиплікативних моделях полягає в тому, що відхилення (дельту) по факторному показнику, що аналізується, треба помножити на фактичні значення мультиплікаторів (співмножників), розташованих ліворуч від нього, і на базові значення тих, котрі розташовані праворуч від фактора, що аналізується.

Розглянемо порядок аналітичних розрахунків на прикладі трьохфакторної мультиплікативної моделі (5.5).

Розрахунок впливу окремих факторів:

$$\Delta y(a) = \Delta a \cdot b_0 \cdot c_0 ; \tag{5.17}$$

$$\Delta y(b) = a_1 \cdot \Delta b \cdot c_0 ; \quad (5.18)$$

$$\Delta y(c) = a_1 \cdot b_1 \cdot \Delta c . \quad (5.19)$$

Має бути баланс відхилень (5.12).

Спосіб відносних різниць використовується аналогічно, як і абсолютних різниць, тільки в мультиплікативних і комбінованих (змішаних) моделях. Розглянемо порядок аналітичних розрахунків на прикладі трьохфакторної мультиплікативної моделі (5.5). Для виявлення впливу факторів даним способом спочатку необхідно визначити відносні відхилення кожного факторного показника. Наприклад, для першого фактора це буде процентне відношення його зміни до бази:

$$\Delta^в a = (a_1 - a_0) / a_0 ,$$

де $\Delta^в$ — відносне відхилення фактора, долі од.

Аналогічний розрахунок проводиться за всіма факторами. Потім для визначення впливу зміни кожного фактору проводяться такі розрахунки:

$$\Delta y(a) = y_0 \cdot \Delta^в a ; \quad (5.20)$$

$$\Delta y(b) = (y_0 + \Delta y(a)) \cdot \Delta^в b ; \quad (5.21)$$

$$\Delta y(c) = (y_0 + \Delta y(a) + \Delta y(b)) \cdot \Delta^в c . \quad (5.22)$$

Має бути баланс відхилень (5.12).

В управлінській діяльності широко застосовуються *індекси,* зокрема, для відображення змін в обсязі випуску та реалізації, у цінах на товари й акції, у валютообмінних курсах тощо. *Індекси* — це узагальнюючі показники порівняння в часі й у просторі. Вони відбивають зміну досліджуваного явища за якийсь період у порівнянні з базисним періодом. Така інформація дає можливість порівняти зміни різних факторів і проаналізувати їхню поведінку.

У факторному аналізі індекси використовуються в мультиплікативних та кратних моделях.

У статистиці розрізняють загальний індекс та агрегатні індекси.

Загальний індекс — характеризує явища, що визначаються сукупністю безпосередньо непорівнянних елементів.

Агрегатні індекси — це загальні індекси, в яких з метою елімінування впливу окремих факторів на індекс відбувається фіксування інших факторів на незмінному (базовому або звітному) рівні.

Класичним прикладом використання індексів є визначення зміни обсягу реалізації та виявлення впливу на цю зміну кількості продукції, що реалізована, та цін на цю продукцію.

Загальний (груповий) індекс обсягу реалізації продукції визначається за формулою:

$$I = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_0 p_0} \tag{5.23}$$

де q_1, q_0 — відповідно звітні та базисні обсяги реалізованої продукції;

p_1, p_0 — звітні та базисні ціни на продукцію.

Загальний індекс не дає змоги виявити окремо вплив факторів на зміну обсягу реалізації. Для розв'язання цієї мети використовують агрегатні індекси. При побудові агрегатних індексів в статистиці використовується таке правило:

— якісні фактори, які входять у формулу, фіксуються на рівні базового періоду;

— кількісні фактори фіксуються на рівні звітного періоду.

Так, агрегатний індекс фізичного обсягу продажу має такий вигляд:

$$I_q = \frac{\sum q_1 p_0}{\sum q_0 p_0}. \tag{5.24}$$

Різниця між чисельником та знаменником цього індексу відображає зміну виручки від реалізації за рахунок зміни фізичного обсягу продукції, що реалізована.

Агрегатний індекс цін записується так:

$$I_p = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_1 p_0}. \tag{5.25}$$

У даному випадку різниця між чисельником та знаменником означає зміну виручки в результаті середньої зміни цін на продукцію, що реалізована.

Розглянемо послідовність розрахунків індексним способом на прикладі трьохфакторної мультиплікативної моделі (5.5). Для виявлення впливу факторів даним способом спочатку необхідно визначити індекси кожного факторного показника. Наприклад, для першого фактора:

$$I_a = a_1 / a_0. \tag{5.26}$$

Потім для визначення впливу зміни кожного фактору проводяться такі розрахунки:

$$\Delta y(a) = y_0 \cdot (I_a - 1); \tag{5.27}$$

$$\Delta y(b) = y_0 \cdot I_a \cdot (I_b - 1); \tag{5.28}$$

$$\Delta y(c) = y_0 \cdot I_a \cdot I_b \cdot (I_c - 1). \tag{5.29}$$

Має бути баланс відхилень (5.12).

Розглянуті вище способи ланцюгових підстановок, абсолютних, відносних різниць, індексний спосіб мають загальний недолік: при визначенні впливу одного з факторів інші приймаються в розрахунок незмінними. Цей умовний прийом елімінування не відбиває реальної ситуації. При використанні названих способів трохи занижується результат впливу тих факторів, заміна (підстановка) яких проводиться раніше, за рахунок завищення результату останньої підстановки. Більш точні розрахунки у факторному аналізі можуть бути отримані, наприклад, при використанні *інтегрального способу.*

Інтегральний спосіб застосовується в детермінованому факторному аналізі в мультиплікативних, кратних і комбінованих моделях. Даний метод дозволяє розкласти додатковий приріст результативного показника у зв'язку з взаємодією факторів між ними. Практичне використання інтегрального методу базується на спеціально створених робочих алгоритмах для відповідних факторних моделей.

Алгоритм розрахунку впливу факторів для двофакторної моделі:

$$y_0 = a_0 \cdot b_0 \tag{5.30}$$

$$\Delta y(a) = \Delta a \cdot b_0 + \frac{\Delta a \cdot \Delta b}{2}; \tag{5.31}$$

$$\Delta y(a) = a_0 \cdot \Delta b + \frac{\Delta a \cdot \Delta b}{2}; \tag{5.32}$$

Перевірка:

$$y_1 - y_0 = \Delta y(a) + \Delta y(b). \tag{5.33}$$

Значна, до того же зростаюча, кількість об'єктів аналізу, індикаторів, критеріїв діяльності робить неможливим виділити з числа результативних показників який-небудь один у якості загального, придатного для комплексної оцінки. Звідси виникає необхідність агрегування системи показників із метою ранжування результатів.

5.3. Загальна характеристика способів комплексної оцінки

Конструювання інтегрального показника для узагальнюючої комплексної оцінки може проводитися методами: сум; середньої геометричної; коефіцієнтів; суми місць; відстаней тощо.

Комплексна оцінка *методом суми* визначається шляхом підсумовування фактичних значень показників чи їхніх темпів зростання стосовно бази порівняння. Недолік цього методу — можливість одержання

високої оцінки по загальному показнику при відставанні деяких інших, коли відбувається згладжування, вирівнювання загального результату.

Метод середньої геометричної базується на визначенні коефіцієнтів за окремими показниками, коли за одиницю приймається найвище значення даного індикатора. Інтегральна оцінка розраховується за формулою середньої геометричної.

Метод коефіцієнтів заснований на одержанні інтегрального показника шляхом перемноження відповідних коефіцієнтів і, власне кажучи, аналогічний методу середньої геометричної.

Метод суми місць припускає попереднє ранжирування кожного об'єкта аналізу — організації чи підрозділу, в залежності від рівня показників, що досліджуються. Число місць повинно дорівнювати кількості організацій, що аналізуються. Чим менша сума місць, тим вищий ранг привласнюється об'єкту.

Для отримання комплексної оцінки показників використовується така формула:

$$R_j = \sum_{i=1}^{n} b_{ig} \qquad (5.34)$$

де R_j — комплексна оцінка показників по кожному j-му підприємству;

b_{ig} — бал, що присвоюється кожному значенню показника ($i = 1, n$);

n — кількість показників;

j — порядковий номер підприємства.

Чим нижче показник комплексної оцінки, тим вище рейтинг підприємства.

Приклад: у табл. 5.1 наведено вихідні дані для визначення комплексної оцінки за методом сум.

Таблиця 5.1

РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА МЕТОДОМ СУМ

№	Показники	Підприємства				
		1	2	3	4	5
1	Коефіцієнт автономії	0,58	0,52	0,46	0,34	0,62
2	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,06	0,10	0,12	0,14	0,07
3	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,48	0,50	0,54	0,40	0,78
4	Коефіцієнт поточної ліквідності	1,06	1,11	1,05	0,98	1,29
5	Коефіцієнт маневреності	0,15	0,09	0,26	0,09	0,12
6	Рентабельність продукції	0,17	0,14	0,17	0,16	0,12
7	Рентабельність капіталу	0,15	0,08	0,04	0,14	0,19
	Результат оцінки	2,65	2,54	2,64	2,25	3,19
	Рейтинг	2	4	3	5	1

Як видно з табл. 5.1 підприємство № 5 має найвищі показники, що характеризують рівень загальної фінансової стійкості і поточної платоспроможності. Однак воно характеризується найнижчою рентабельністю продукції. Підприємство № 1 порівняно з попереднім підприємством має вищий показник рентабельності продукції (0,17/0,12), але нижчий рівень коефіцієнтів поточної ліквідності (1,06/1,29) і фінансової стійкості (0,46/0,62). Для отримання комплексної оцінки результатів фінансово-господарської діяльності підприємств у табл. 5.2 проставляються місця за окремими показниками.

Таблиця 5.2

РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА МЕТОДОМ СУМИ МІСЦЬ

№	Показники	Підприємства				
		1	2	3	4	5
1	Коефіцієнт автономії	2	3	4	5	1
2	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	5	3	2	1	4
3	Коефіцієнт швидкої ліквідності	4	3	2	5	1
4	Коефіцієнт поточної ліквідності	3	2	4	5	1
5	Коефіцієнт маневреності	2	4	1	5	3
6	Рентабельність продукції	2	4	1	3	5
7	Рентабельність капіталу	2	4	5	3	1
	Результат оцінки	20	23	19	27	16
	Рейтинг	3	4	2	5	1

У результаті комплексної оцінки встановлено, що кращим підприємством за сумою усіх коефіцієнтів є підприємство № 5 (3,19), на другому місці — підприємство № 1 (2,65), на третьому — підприємство № 3 (2,64), на четвертому — підприємство № 2 (2,54), на п'ятому місці — підприємство № 4 (2,25).

У наведеному прикладі оцінку проведено за п'ятибальною шкалою, що відповідає кількості підприємств. Кращим вважається мінімальний бал. Результатом такої оцінки є те, що найменшу кількість балів отримало підприємство № 5, тобто воно має найвищий рейтинг (1-ше місце) порівняно з іншими підприємствами.

Треба відмітити, що з метою одержання більш точної комплексної оцінки кожним з перерахованих методів може бути врахована порівняльна значущість показників-індикаторів. Коефіцієнти значущості, як правило, визначаються експертним шляхом.

При використанні *методу відстаней* встановлюється близькість об'єктів аналізу до об'єкта-еталона по кожному з показників, що порівнюються. Вихідні дані формуються у вигляді матриці (a_{ij}), тобто табл., де по рядках записані номера показників ($i = \overline{1,n}$), а по стовпчиках — номера підприємств ($j = \overline{1,m}$). По кожному показнику знаходиться максимальне значення і заноситься в стовпчик умовного еталонного підприємства ($m + 1$).

Вихідні показники матриці a_{ij} стандартизуються відносно відповідного показника еталонного підприємства по формулі:

$$X_{ij} = \frac{a_{ij}}{\max\limits_{j} \quad a_{ij}}. \tag{5.35}$$

де X_{ij} — стандартизовані показники стана j-го підприємства.

Для кожного аналізованого підприємства значення його рейтингової оцінки визначається по формулі:

$$R_j = \sqrt{(1-x_{1j})^2 + (1-x_{2j})^2 + ... + (1-x_{nj})^2}\ , \tag{5.36}$$

де R_j — рейтингова оцінка для j-ого підприємства ;

X_{1j}, X_{2j}, .., X_{nj}, — стандартизовані показники j-ого аналізованого підприємства

Однією з умов застосування методу сум є одно спрямованість часткових показників, які використовуються при оцінюванні. Односпрямованість часткових показників дозволяє ранжирувати досліджувані об'єкти по зростанню (зменшенню) значень інтегрального показника. Рейтинги підприємства визначаються на підставі ранжування показників комплексної оцінки в порядку зростання або зменшення. Чим вищий показник комплексної оцінки, тим більш високий рейтинг підприємства. Найменшому значенню рейтингової оцінки (R_j) відповідає перше місце в ранжируванні, оскільки це підприємство найближче до еталонного.

Варіанти аналізу передбачають оцінку за різними окремими показниками, які можуть порівнюватися з плановими, еталонними значеннями показників за групою порівнюваних підприємств. Однак цей метод має певні недоліки, які пов'язані з можливими обмеженнями у виборі показників, що може спричинити завищену оцінку рейтингового коефіцієнта. Це відбувається тоді, коли низькі результати окремих показників перекриваються високими результатами окремих показників. Для дотримання об'єктивності аналізу необхідно виключити ті показники,

які найбільшою мірою можуть впливати на кінцевий результат рейтингової оцінки.

Приклад: результати фінансово-господарської діяльності оформлюються у вигляді початкової матриці, де виділяються еталонні показники (табл. 5.3).

Таблиця 5.3

МАТРИЦЯ ПОЧАТКОВИХ ДАНИХ

№	Показники	Підприємства				
		1	2	3	4	5
1	Коефіцієнт автономії	0,58	0,52	0,46	0,34	0,62
2	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,06	0,10	0,12	0,14	0,07
3	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,48	0,50	0,54	0,40	0,78
4	Коефіцієнт поточної ліквідності	1,06	1,11	1,05	0,98	1,29
5	Коефіцієнт маневреності	0,15	0,09	0,26	0,09	0,12
6	Рентабельність продукції	0,17	0,14	0,17	0,16	0,12
7	Рентабельність капіталу	0,15	0,08	0,04	0,14	0,19

У нашому прикладі еталонне підприємство має таке значення показників: 0,62; 0,14; 0,78; 1,29; 0,26; 0,17; 0,19. Складемо нову матрицю стандартизованих коефіцієнтів шляхом співвідношення значення фактичних показників з еталоном (табл. 5.4).

Визначимо відстань від еталонного показника до конкретних значень показників оцінюваних об’єктів, а також суму відстаней по кожному підприємству для отримання рейтингової оцінки (табл. 5.5).

Таблиця 5.4

МАТРИЦЯ СТАНДАРТИЗОВАНИХ КОЕФІЦІЄНТІВ

№	Показники	Підприємства				
		1	2	3	4	5
	Коефіцієнти:					
1	автономії	0,935	0,839	0,742	0,548	1
2	абсолютної ліквідності	0,428	0,714	0,857	1	0,500
3	швидкої ліквідності	0,615	0,641	0,692	0,513	1
4	поточної ліквідності	0,822	0,860	0,814	0,760	1
5	Коефіцієнт маневреності	0,577	0,346	1	0,346	0,461
6	Рентабельність продукції	1	0,824	1	0,941	0,706
7	Рентабельність капіталу	0,789	0,421	0,210	0,737	1

Отримані значення по кожному підприємству підлягають підсумовуванню.

Таблиця 5.5

РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА ДОСЛІДЖУВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ І МАТРИЦЯ ВІДСТАНЕЙ

№	Показники	Підприємства				
		1	2	3	4	5
1	Коефіцієнт автономії	0,004	0,026	0,066	0,204	0
2	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,327	0,082	0,020	0	0,250
3	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,148	0,129	0,095	0,237	0
4	Коефіцієнт поточної ліквідності	0,032	0,020	0,034	0,058	0
5	Коефіцієнт маневреності	0,179	0,428	0	0,428	0,291
6	Рентабельність продукції	0	0,031	0	0,003	0,086
7	Рентабельність капіталу	0,044	0,335	0,624	0,069	0
	Квадрат суми	0,734	1,051	0,839	0,999	0,627
	Квадрат оцінки	0,858	1,025	0,916	0,999	0,792
	Рейтинг	2	5	3	4	1

Ранжування підприємств відбувається у порядку зменшення рейтингової оцінки. Підприємство з мінімальним значенням оцінки має найвищий рейтинг.

Для використання цього алгоритму на практиці кількість порівнюваних показників і підприємств не має жодних обмежень.

Треба відмітити, що з метою одержання більш точної комплексної оцінки кожним з перерахованих методів може бути врахована порівняльна значущість показників-індикаторів. Коефіцієнти значущості, як правило, визначаються експертним шляхом.

5.4. Прийоми оптимізації показників

Методи оптимізації показників, або, як їх ще називають, методи теорії прийняття рішень є складовими математичних методів, які широко використовуються в економічних дослідженнях. Без цих методів неможливе ефективне планування та управління сучасною економікою, яка є складною динамічною системою. Методи оптимізації показників застосовуються для побудови та якісного аналізу складних макромоделей

розвитку економіки та її галузей, схем прогнозу поведінки економічної системи та врахування соціально-економічних факторів, виробництва, споживання та обміну, моделей ціноутворення, інноваційних тощо.

Основними та найбільш розповсюдженими методами оптимізації показників є побудова дерева рішень, програмування, аналіз чутливості, теорія масового обслуговування, теорія ігор, дослідження операцій. Використання методів оптимізації показників дає змогу поглибити кількісний аналіз, розширити область економічної інформації, інтенсифікувати розрахунки.

Метод дерева рішень — метод ситуаційного аналізу, сутність якого полягає у процедурі прийняття управлінських рішень з погляду оцінки рівня ризику з певного питання, яке виникає в результаті реалізації будь-яких проектів. Метод дерева рішень найбільш популярний в менеджменті для визначення та вибору оптимального напряму дій із наявних варіантів. Метод дерева рішень — це схематичне подання проблеми прийняття рішень. Дерево рішень подають графічно у вигляді деревовидної структури. Порівнявши рівень витрат і рівень доходу, аналітик (фінансовий менеджер) визначає рівень чистого виграшу і відображає на вузлах дерева через його гілки. Кожна гілка визначає раціональність цього рішення, враховуючи ймовірність настання негативної події. Таким чином, метод дерева рішень дає змогу керівнику врахувати різні напрями дій, узгодити з ними фінансові результати, скорегувати їх зі згідно приписаної їм імовірності, зробити порівняння альтернатив. Невід'ємна частина цього методу — концепція очікуваного значення.

Математичне або оптимальне програмування розробляє теорію та методи вирішення умовних екстремальних задач і є основою формального апарату аналізу різноманітних задач управління, планування та проектування. Особливо велику роль відіграє програмування в задачах оптимізації планування суспільного господарства та управління виробництвом. Завдання планування економіки здебільшого зводяться до вибору сукупності чисел (параметрів управління), які забезпечують оптимум деякої функції при обмеженості умов роботи системи.

Залежно від властивостей функцій, які визначають показник якості та обмеження задачі, математичне програмування поділяється на лінійне та нелінійне.

Задачі, в яких цільова функція є лінійною, а умови записуються у вигляді лінійних рівностей та нерівностей, становлять предмет лінійного програмування. Задачі, в яких показник якості рішення або деякі із функцій, що визначають обмеження нелінійні, належать до нелінійного програмування.

Метод лінійного програмування найбільш розповсюджений у прикладних економічних дослідженнях завдяки його достатній наочності,

зрозумілості інтерпретацій. Це дає змогу суб'єкту господарювання прийняти найкраще обґрунтоване (за формальними ознаками) рішення в умовах більш-менш жорстких обмежень стосовно доступних для підприємства ресурсів. Особливо ефективне застосування лінійного програмування в аналізі фінансово-господарської діяльності для вирішення насамперед завдань щодо планування діяльності для пошуку оптимальних параметрів випуску та найкращого використання наявних ресурсів.

Отже, сутність методу лінійного програмування полягає у пошуку максимуму чи мінімуму обраної відповідно до мети аналізу цільової функції за наявних обмежень.

Проведення економіко-математичного моделювання передбачає 3 основні етапи:

1) постановка мети і визначення завдань дослідження, якісний опис об'єкта у вигляді економічної моделі;

2) формування математичної моделі досліджуваного об'єкта, вибір чи розробка методів дослідження, програмування моделі на ЕОМ, підготовка вихідної інформації;

3) аналіз математичної моделі, здійснення розрахунків, обробка та аналіз отриманих результатів.

Аналіз чутливості використовується при плануванні виробничої діяльності, аналізі інвестиційних проектів, при прогнозуванні чистого прибутку підприємства в умовах невизначеності, зміні цін, ринкових попиту і пропозиції. Аналіз чутливості передбачає дослідження залежності результативного показника (найчастіше чистої теперішньої вартості та внутрішньої норми дохідності) від варіації значень показників, що беруть участь у його визначенні (ключових перемінних). Він дає змогу визначити силу реакції результативного фактора на зміну факторних ознак і відповісти на запитання, що буде з результативним показником, якщо зміниться значення деякої вихідної величини? Виходячи з цього, його ще називають аналізом «що буде, якщо». В основу аналізу чутливості покладено поетапну зміну вихідного показника за незмінності інших показників.

Аналіз чутливості здійснюється у кілька етапів:

1) встановлення формального зв'язку у вигляді математичного рівняння або нерівності між результативним та формуючими його вихідними показниками;

2) визначення найбільш ймовірних значень для вихідних показників та можливий розмах їх змін (варіацій);

3) дослідження впливу зміни значень вихідних показників на кінцевий результат.

Проект із меншою чутливістю результативного показника вважається менш ризиковим

Поєднання аналізу чутливості та методу сценаріїв на основі теорії ймовірностей здійснюється в імітаційному моделюванні за методом Монте-Карло.

Метод Монте-Карло — це чисельний метод, основу якого становить одержання великого числа реалізацій випадкового процесу, який формується так, щоб імовірнісні характеристики (математичні очікування, імовірність деяких подій, імовірність попадання траєкторії процесу в деяку область тощо) дорівнювали певним величинам задачі, яка розв'язується.

Метод Монте-Карло ґрунтується на імітації масового процесу шляхом вирахування його ходу, в якому випадкові коливання визначаються за допомогою жеребка або таблиці випадкових чисел. Економічний експеримент може замінюватися статистичними випробуваннями моделі економічного процесу. Побудова цієї моделі може ґрунтуватися на розподілі випадкових величин у досліджуваному процесі.

Таким чином, сутність методу Монте-Карло полягає в тому, що замість аналітичного описання системи масового обслуговування здійснюється «розіграш» випадкового процесу, який відбувається в системі масового обслуговування, шляхом спеціально організованої процедури. В результаті такого «розіграшу» здійснюється кожного разу нова, відмінна від інших реалізація випадкового процесу. Цю множину реалізацій можна використати як деякий штучно отриманий статистичний матеріал, що обробляється звичайними методами математичної статистики. Після такої обробки можуть бути отримані майже будь-які характеристики обслуговування.

В імітаційному моделюванні за методом Монте-Карло передбачається певна послідовність та етапність дослідження:

перший етап — розробка прогнозної моделі передбачає формування очікуваної імітаційної моделі, яка повинна адекватно відображати майбутній сценарій реалізації проекту;

другий етап — виявлення чинників ризику включає відбір ключових змінних для моделювання;

третій етап — визначення умов кореляції полягає у встановленні формальної залежності між результативним показником і відібраними ключовими змінними;

четвертий етап — імовірнісний розподіл відібраних ключових змінних передбачає здійснення таких кроків: визначення обмежень можливої зміни відібраних ключових змінних; встановлення імовірнісної ваги за межами значень;

п'ятий етап — імітаційне прогнозування вимагає генерування випадкових сценаріїв реалізації проекту з використанням вибраних допущень.

шостий етап — аналіз отриманих результатів потребує здійснення статистичної оцінки та інтерпретації одержаних результатів імітації.

Імітаційне моделювання за методом Монте-Карло застосовується для побудови математичної моделі для інвестиційного проекту з важкопрогнозованими показниками. Його метою є визначення розподілу результатів реалізації проекту на основі імовірнісного розподілу його ключових змінних і кореляційної залежності між ними.

Одержані значення результативного показника проекту (чистої теперішньої вартості чи внутрішньої норми дохідності) використовуються для побудови графіка щільності його розподілу зі своїм власним математичним очікуванням і стандартним відхиленням. На основі значення математичного очікування та стандартного відхилення обчислюється коефіцієнт варіації результативного показника проекту, за допомогою якого оцінюється індивідуальний ризик проекту.

Контрольні питання до теми

1. Охарактеризуйте сутність детермінованих факторних систем.
2. Назвіть етапи моделювання факторних систем.
3. Укажіть прийоми детермінованого факторного аналізу.
4. Охарактеризуйте способи комплексної оцінки діяльності підприємств.
5. Укажіть прийоми оптимізації показників.
6. У чому полягає зміст методу відстаней?
7. У чому полягає зміст метода дерева рішень?
8. У чому полягає зміст метода аналізу чутливості?
9. У чому полягає зміст метода Монте-Карло?
10. У чому полягає зміст методики лінійного програмування?

Тематика доповідей

1. Методичні підходи до імітаційного моделювання за методом Монте-Карло.
2. Використання методики лінійного програмування в аналізі господарської діяльності.

Тестові завдання

1. Модель типу $y = a \cdot b \cdot c$ **є:**

А) адитивною;
Б) мультиплікативною;
В) кратною;
Г) комбінованою.

2. Модель типу $y = a + b + c$ є:

А) адитивною;
Б) мультиплікативною;
В) кратною;
Г) комбінованою.

3. Модель типу $y = a / bc$ є:

А) адитивною;
Б) мультиплікативною;
В) кратною;
Г) комбінованою.

4. Модель типу $y = a/b$ є:

А) адитивною;
Б) мультиплікативною;
В) кратною;
Г) комбінованою.

5. Яким методом не можливо сконструювати інтегральний показник для узагальнюючої комплексної оцінки діяльності підприємства:

А) середньої геометричної;
Б) середньої хронологічної;
В) суми місць;
Г) відстаней.

6. Оберіть формулу метода скорочення:

А) $y = \frac{a}{b} = \frac{c+d+e}{b} = \frac{c}{b} + \frac{d}{b} + \frac{e}{b} = X_1 + X_2 + X_3$

Б) $y = \frac{a}{b} = \frac{a*c}{b*c} = \frac{a}{c} * \frac{c}{b} = X_1 * X_2$

В) $y = \frac{a}{b} = \frac{a/c}{b/c} = \frac{X_1}{X_2}$

Г) $y = \frac{a}{b} = \frac{a}{c+d+e}$

7. Оберіть формулу метода розширення:

А) $y = \frac{a}{b} = \frac{c+d+e}{b} = \frac{c}{b} + \frac{d}{b} + \frac{e}{b} = X_1 + X_2 + X_3$

Б) $y = \frac{a}{b} = \frac{a*c}{b*c} = \frac{a}{c} * \frac{c}{b} = X_1 * X_2$

В) $y = \frac{a}{b} = \frac{a/c}{b/c} = \frac{X_1}{X_2}$

Г) $y = \frac{a}{b} = \frac{a}{c+d+e}$

8. Оберіть формулу метода формального розкладання:

А) $y = \frac{a}{b} = \frac{c+d+e}{b} = \frac{c}{b} + \frac{d}{b} + \frac{e}{b} = X_1 + X_2 + X_3$

Б) $y = \frac{a}{b} = \frac{a*c}{b*c} = \frac{a}{c} * \frac{c}{b} = X_1 * X_2$

В) $y = \frac{a}{b} = \frac{a/c}{b/c} = \frac{X_1}{X_2}$

Г) $y = \frac{a}{b} = \frac{a}{c+d+e}$

9. Оберіть формулу метода подовження:

А) $y = \frac{a}{b} = \frac{c+d+e}{b} = \frac{c}{b} + \frac{d}{b} + \frac{e}{b} = X_1 + X_2 + X_3$

Б) $y = \frac{a}{b} = \frac{a*c}{b*c} = \frac{a}{c} * \frac{c}{b} = X_1 * X_2$

В) $y = \frac{a}{b} = \frac{a/c}{b/c} = \frac{X_1}{X_2}$

Г) $y = \frac{a}{b} = \frac{a}{c+d+e}$

Практичні завдання

Задача 5.1

З використанням методу суми місць визначте, яке з підприємств більш привабливо для інвесторів. Зробіть висновки.

Підприємства	Термін окупності вкладених інвестицій, роки	Рентабельність інвестиційних вкладень, %	Темп зростання доходу від реалізації, %	Продуктивність праці, тис. грн. / чол.
А	3,0	2,5	120	135,4
Б	3,5	3,8	115	140,0
В	4,0	3,2	122	180,2
Г	4,5	5,4	118	120,7

Задача 5.2

З використанням методу відстаней оцініть, яке з підприємств більш ефективно використовує основні засоби. Зробить висновки.

Підприємства	Фондовіддача	Фондо-озброєність	Коефіцієнт зносу основних засобів	Рентабельність основних засобів
1	47,9	25,6	0,45	1,2
2	54,3	16,0	0,32	2,4
3	62,0	18,4	0,86	3,8
4	74,1	20,3	0,57	4,0
5	35,8	17,8	0,70	2,9
6	58,2	16,9	0,64	3,4

Література

[8, 13, 14, 76, 28, 49, 33, 35, 38, 39, 42, 47, 50, 52, 53, 55—57, 60].

Змістовий модуль 2

АНАЛІЗ І ПРОГНОЗУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ РЕЗУЛЬТАТІВ

Тема 6

—♦—

КОНТРОЛЬНО-ДІАГНОСТИЧНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

6.1. Сутність, зміст, мета та задачі діагностики діяльності підприємства.
6.2. Попереднє діагностування узагальнюючих показників ефективності функціонування підприємства.
6.3. Діагностика технічного потенціалу підприємства.
6.4. Діагностика трудових ресурсів підприємства.
6.5. Діагностика фінансової стійкості підприємства.

6.1. Сутність, зміст, мета та задачі діагностики діяльності підприємства

Діагностика діяльності підприємств є специфічним способом оцінки, оскільки саме такий її вид дозволяє зв'язувати предмет, об'єкт, метода та область можливий дій.

Актуальність застосування діагностики до оцінки діяльності сучасних підприємств підтверджується тим, що в умовах ринкової економіки зростає значення господарської діяльності з метою здобуття максимального прибутку від реалізації продукції підприємства і підвищення рентабельності підприємства для задоволення матеріальних і соціальних потреб працівників і розвитку підприємства.

Для визначення суті діагностики діяльності підприємства, необхідно визначити, що означає термін «діагностика». Термін «діагностика» запозичений з медицини. Слово «діагноз» (від грецького «діагнозіс») означає розпізнавання, визначення. Він є процесом дослідження об'єкту діагнозу з метою здобуття результату діагнозу, тобто висновку про стан об'єкту діагнозу [4, с. 32].

Таким чином, з одного боку, *суть діагностики фінансово-господарської діяльності підприємства* полягає у виявленні патологічних змін в досліджуваній системі і встановленні діагнозу. Діагностика як спосіб розпізнавання стану соціально-економічної системи за допомогою реалізації комплексу дослідницьких процедур і

могою реалізації комплексу дослідницьких процедур і виявлення в них слабких ланок і вузьких місць відноситься до методів непрямих вимірів.

З іншого боку, *суть діагностики* полягає у встановленні і вивченні ознак, вимірі основних характеристик, що відбивають стан машин, приладів, технічних систем, економіки і фінансів господарюючого суб'єкта для прогнозування можливих відхилень від стійких, середніх, стандартних значень і запобігання порушенням нормального режиму роботи.

Так, Д.С. Шиян визначає, що «*діагностика* передбачає вивчення стану господарюючого суб'єкта, вплив чинників розвитку соціально-економічних процесів і виявлення відхилень від нормального розвитку. Економічна діагностика орієнтована як на пізнання економічних протиріч, так і на розробку заходів по їх рішенню. Комплексний характер економічної діагностики полягає в тому, щоб прослідити динаміку досліджуваних процесів у взаємозв'язку, досліджувати прямі і зворотні зв'язки між процесами» [78, с. 19].

Костирко Л.А. та Баканов Ю.М. [4, 45] вважають, що *«діагностика економічної системи* — це сукупність досліджень за визначенням цілей функціонування підприємства, способів їх досягнення і виявлення недоліків».

Коласс Би стверджує *«займатися діагностикою* — це означає розглядати в динаміці симптоми явищ, які можуть затримати досягнення поставлених цілей і вирішення завдань, піддаючи небезпеки плановану діяльність. Це передбачає вироблення рішень, що коректують, і передивляється цілей і прогнозів. Знання ознаки (симптому) дозволяє швидко і досить точно встановити характер порушень, не виробляючи безпосередніх вимірів, тобто без дій, які вимагають додаткового часу і засобів» [31, с.27].

Визначивши сутність діагностики на думку різних авторів для подальшого дослідження діагностики діяльності підприємства, розглянемо рис. 6.1, на якому представлена характеристика діагностики як процесу [15, с. 6].

Перш ніж детальніше зупинитися на процесі, необхідно визначити, що може бути об'єктом діагностування, цілі і завдання діагнозу, базові параметри і інші супутні дослідженню поняття.

Виходячи з вище сказаного, *об'єктом діагностики діяльності підприємства є* робота підприємства в цілому і його структурних підрозділів (цехів, бригад, ділянок), а *суб'єктами* можуть виступати органи державної влади, науково-дослідні інститути, фонди, центри, громадські організації, засоби масової інформації, аналітичні служби підприємств.

Рис. 6.1. Зміст діагностики як процесу

Основні цілі діагностики діяльності підприємства:

— об'єктивна оцінка результатів господарської діяльності;

— виявлення невикористаних резервів та їх мобілізація для підвищення економічної ефективності в майбутніх періодах;

— постійний контроль раціональності функціонування господарських систем;

— контроль за виконанням планів і бюджетів;

— контроль за процесами виробництва і реалізації продукції;

— виявлення недоліків в роботі;

— створення підстави для прогнозування результатів діяльності підприємства.

Таким чином, *основна мета діагностики* — підготовка інформації для ухвалення управлінських рішень для підвищення ефективності роботи підприємства на основі системного вивчення усіх видів його діяльності і узагальнення результатів.

Виходячи з мети необхідно вирішити ряд наступних *задач діагностики* господарської діяльності підприємства:

— ідентифікація реального стану аналізованого об'єкту;

— дослідження складу і властивостей об'єкту, його порівняння з відомими аналогами або базовими характеристиками нормативними величинами;

— виявлення змін в стані об'єкту в просторово-часовому розрізі;

— встановлення основних чинників, що викликали зміни в стані об'єкту, і вимір їх впливу;

— прогноз основних тенденцій.

Предметом діагностики діяльності підприємства є аналіз виробничих і економічних результатів, фінансового стану, результатів соціального розвитку і використання трудових ресурсів стану і використання основних фондів, витрат на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг), оцінка ефективності.

6.2. Попереднє діагностування узагальнюючих показників ефективності функціонування підприємства

Існуючі підходи дозволили об'єднати відомі види діагностичного аналізу з точки зору цілей його проведення і масштабів робіт в наступні групи [45, с.69]:

— діагностика банкрутства;

— експрес-діагностика;

— комплексна діагностика економічного стану (рис. 6.2).

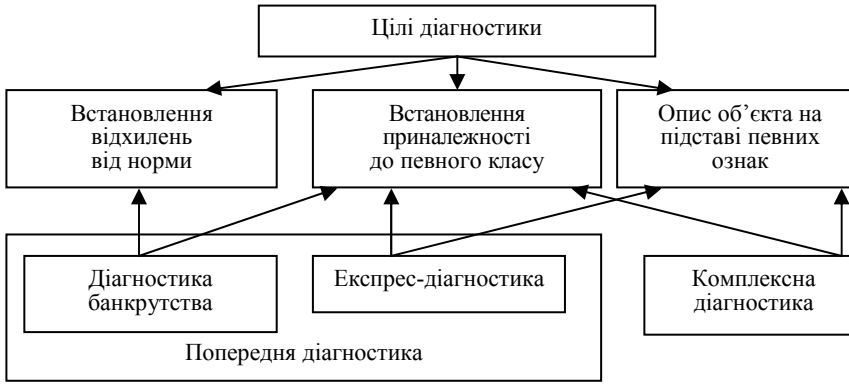

Рис. 6.2. Види діагностики

Зміст попередньої діагностики полягає у визначенні найбільш загальних «критичних точок» в діяльності підприємства з метою їх подальшого поглибленого вивчення для розробки відповідних рекомендацій. Отже, видами попереднього діагностування можна вважати діагностику банкрутства та експрес-діагностику.

Важливим є визначення системи показників, які дозволяють на попередньому етапі визначити «вузькі місця» у діяльності підприємства.

В свою чергу, діагностика банкрутства має декілька рівнів і складається з двох частин: експрес-діагностика банкрутства та фундаментальна діагностика банкрутства.

Основною *метою експрес-діагностики банкрутства* є раннє виявлення ознак кризового розвитку підприємства та попередня оцінка його масштабів. Експрес-діагностика банкрутства характеризує систему регулярної оцінки кризових параметрів фінансового розвитку підприємства, що здійснюється на базі даних його фінансового обліку за стандартними алгоритмами аналізу, постійного моніторингу фінансового стану підприємства. Методика експрес-діагностики може трактуватися як універсальна, що майже не залежить від специфічних характеристик підприємства.

З метою своєчасного виявлення тенденцій формування незадовільної структури балансу у прибутково працюючого суб'єкта підприємницької діяльності і вжиття випереджувальних заходів, спрямованих на запобігання банкрутству, Методичними рекомендаціями запропоновано проводити систематичний експрес-аналіз фінансового стану підприємств (фінансовий моніторинг) за допомогою коефіцієнта, розробленого американським вченим У.Бівером.

Коефіцієнт У.Бівера ($К_Б$) розраховується, як відношення суми чистого прибутку і нарахованої амортизації до суми довгострокових і поточних зобов'язань, за формулою:

$$К_Б = \frac{чистий\ прибуток + нарахована\ амортизація}{довгострокові\ \ зобов'язання + поточні\ зобов'язання} \quad (6.1)$$

Ознакою формування незадовільної структури балансу є таке фінансове становище підприємства, у якого протягом тривалого часу (1,5—2 роки) коефіцієнт У. Бівера не перевищує 0,2, що відображає небажане скорочення частки прибутку, яка направляється на розвиток виробництва. Така тенденція в кінцевому випадку призводить до незадовільної структури балансу, коли підприємство починає працювати в борг і його коефіцієнт забезпечення власними засобами стає меншим 0,1. Застосування цього показника для оцінки діяльності ЗАТ «Продмаш» не можливо, бо фінансовим результат діяльності підприємства є збиток, що є негативним результатом попередньої діагностики.

Для *попередньої діагностики ефективності функціонування підприємства* можна використовувати наступну систему узагальнюючих показників — табл. 6.1.

Таблиця 6.1

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ ПОПЕРЕДНЬОГО ДІАГНОСТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

№	Назва	Алгоритм розрахунку	Економічна характеристика
Показники динаміки ефективності функціонування підприємства			
1.	Темп зміни величини власного капіталу (Т*ВК*), %	Відношення величини власного капіталу у звітному році до його розміру у попередньому періоді	Характеризує відносну зміну величини власного капіталу підприємства за звітний період. Зростання показника в динаміці оцінюється позитивно.
2.	Темп зміни нерозподіленого прибутку (Т*НП*), %	Відношення величини нерозподіленого прибутку у звітному році до його розміру у попередньому періоді	Характеризує відносну зміну величини нерозподіленого прибутку підприємства за звітний період. Зростання показника в динаміці оцінюється позитивно.
3.	Темп зміни позикового капіталу (Т*ПК*), %	Відношення величини позикового капіталу у звітному році до його розміру у попередньому періоді	Характеризує відносну зміну величини позикового капіталу підприємства за звітний період. Зростання показника в динаміці оцінюється позитивно лише за умови росту темпів зміни поточних на необоротних активів.
4.	Темп зміни вартості поточних активів (Т*ПА*), %	Відношення середньої вартості поточних активів у звітному році до їх величини у попередньому періоді	Характеризує відносну зміну вартості поточних активів підприємства за звітний період. Зростання показника в динаміці означає нарощування економічного потенціалу та оцінюється позитивно при одночасному збільшенні темпів росту доходу від реалізації.
5.	Темп зміни вартості необоротних активів (Т*НА*), %	Відношення середньої вартості основних засобів у звітному році до їх величини у попередньому періоді	Характеризує відносну зміну вартості необоротних активів підприємства за звітний період. Зростання показника в динаміці означає нарощування виробничої міцності та оцінюється позитивно при одночасному збільшенні темпів росту доходу від виробництва та реалізації.

Закінчення табл. 6.1

№	Назва	Алгоритм розрахунку	Економічна характеристика
6.	Темп зміни доходу від реалізації (Т*ЧД*), %	Відношення чистого доходу від реалізації у звітному році до його величини у попередньому періоді	Характеризує відносне збільшення (або зниження) обсягів реалізації в динаміці.
7.	Темп зміни валового прибутку (Т*ВП*), %	Відношення величини валового прибутку у звітному році до його величини у попередньому періоді	Характеризує відносне збільшення (або зниження) величини валового прибутку в динаміці.
8.	Темп зміни чистого прибутку (Т*ЧП*), %	Відношення величини чистого прибутку у звітному році до його величини у попередньому періоді	Характеризує відносне збільшення (або зниження) величини чистого прибутку в динаміці.
Показники рентабельності підприємства			
9.	Рентабельність продажу (*ROS*)	Відношення чистого прибутку до доходу від реалізації без податків, які включаються в ціну продукції	Характеризує доходність операційної діяльності підприємства. Зростання показника в динаміці оцінюється позитивно.
9.	Рентабельність продажу (*ROS*)	Відношення чистого прибутку до доходу від реалізації без податків, які включаються в ціну продукції	Характеризує доходність операційної діяльності підприємства. Зростання показника в динаміці оцінюється позитивно.
10.	Рентабельність активів (*ROA*)	Відношення чистого прибутку до середньої величини активів за період отримання відповідного чистого прибутку	Характеризує ефективність використання капіталу, оскільки дає загальну оцінку доходності вкладеного в операційну діяльність капіталу, як власного так і позикового.
11.	Рентабельність поточних активів (*РПА*)	Відношення чистого прибутку підприємства до середньої величини поточних активів	Характеризує величину прибутку, отриману з кожної гривні, що вкладена у поточні активи.
12.	Рентабельність власного (акціонерного) капіталу (*ROE*)	Відношення чистого прибутку до середньої величини власного капіталу підприємства	Характеризує ефективність використання власних коштів акціонерів; величину прибутку, отриману на кожну гривню вкладень акціонерів в підприємство. Чим вище цей показник, тим більше прибутку приходиться на одну акцію, тим вище потенційні дивіденди.

Перша група показників представлена відносними показниками динаміки, які розраховуються на підставі інформації, що міститься у Балансі та Звіті про фінансові результати підприємства.

Їх фактичне значення може бути меншим, більшим або дорівнювати 100%. Саме фактичне значення темпів зміни певного показника динаміки ефективності функціонування підприємства буде свідчити про недоліки у його діяльності та попередньо вказувати на проблемні ділянки («вузькі місця»).

Друга група показників представлена відносними показниками рентабельності, значення яких може бути виражено у коефіцієнтах або у відсотках.

Необхідно підкреслити, що для розрахунку показників рентабельності може бути використаний не лише показник чистого прибутку, а і будь-який інший показник, який характеризує фінансові результати діяльності підприємства (прибуток від звичайної діяльності, прибуток від операційної діяльності, валовий прибуток).

Використовуючи інформацію форм фінансової звітності (додаток Б) ЗАТ «Продмаш» розрахуємо першу групу показників для попереднього діагностування ефективності його діяльності — табл. 6.2.

Таблиця 6.2

ПОКАЗНИКИ ДИНАМІКИ ДЛЯ ДІАГНОСТИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Показники	Базисний період, тис. грн.	Звітний період, тис. грн.	Темп зміни, %	Темп приросту, %
Власний капітал	5271	5059	95,9	–4,1
Нерозподілений збиток	–4157	–4369	105,1	5,1
Позиковий капітал	13061	11483	87,9	–12,1
Поточні активи	12929	11358	61,3	–38,7
Необоротні активи	5608	5413	96,5	–3,5
Дохід від реалізації	7484	5752	76,9	–23,1
Валовий прибуток	1337	1251	93,6	–6,4
Чистий збиток	–1571	–212	86,5	–13,5

На підставі проведених розрахунків можна зробити такі висновки:

- жоден з розрахованих показників не свідчить про успішність діяльності ЗАТ «Продмаш»;

• темпи зміни власного та позикового капіталу, як джерела фінансування діяльності підприємства, мають тенденцію к зниженню — на 4,1% та 12,1% відповідно за рік;

• внаслідок цього підприємство не мало змоги розширити свій виробничо-комерційний потенціал — вартість поточний активів зменшилась на 38,7%, необоротних активів — на 3,5%;

• це, в свою чергу, негативно вплинуло на величину доходу від реалізації (його обсяг зменшився за період на 23,1%) і, як наслідок, на величину валового прибутку, який у звітному періоді менш на 6,4% від його розміру у базисному році;

• також у фінансовій звітності підприємства є так звані «хворі статті» — нерозподілений збиток, який має тенденцію до збільшення на 5,1%, та чистий збиток. Єдиним позитивним моментом можна вважати зниження величини останнього в динаміці на 13,5%.

На прикладі інформації, відображеної у додатку Б проведемо розрахунок показників рентабельності ЗАТ «Продмаш» — табл. 6.3.

Таблиця 6.3

РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ЗАТ «ПРОДМАШ», (%)

Показники рентабельності	Базисний період		Звітний період	
	Розрахунок	Значення	Розрахунок	Значення
Рентабельність продажу	$=\frac{1337}{7484}\times 100$	17,9	$=\frac{1251}{5752}\times 100$	21,7
Рентабельність активів	$=\frac{1337}{18538}\times 100$	7,2	$=\frac{1251}{16771}\times 100$	7,5
Рентабельність поточних активів	$=\frac{1337}{12929}\times 100$	10,3	$=\frac{1251}{11358}\times 100$	11,0
Рентабельність власного (акціонерного) капіталу	$=\frac{1337}{5271}\times 100$	25,4	$=\frac{1251}{5059}\times 100$	24,7

Підприємство має позитивне значення валового прибутку і від'ємні значення фінансового результату від операційної і основної діяльності, а також чистого прибутку. Тому для об'єктивної характеристики ефективності операційної діяльності підприємства, використання капіталу і ресурсів для розрахунку рентабельності продаж використаємо валовий прибуток, рентабельності витрат — фінансовий результат від операційної діяльності, для інших показників рентабельності — чистий прибуток (збиток).

Для спрощення розрахунків замість середніх за період балансових показників будемо використовувати дані на початок і кінець періоду.

Проведені розрахунки дають змогу зробити наступні висновки:

— більшість показників рентабельності підприємства збільшилась у звітному періоду в порівнянні з базисним. З урахуванням того факту, що сума валового прибутку зменшилась з 1337 тис. грн. у базисному періоді до 1251 тис. грн. у звітному, можна говорити, про більш суттєве скорочення продажу, загальної суми активів та поточних активів ЗАТ «Продмаш»;

— негативна динаміка спостерігається по показникам рентабельності акціонерного капіталу та основних засобів, які у звітному періоді зменшились в порівнянні з базисним.

Таким чином, проведення попереднього діагностики ефективності діяльності підприємства за допомогою реалізації комплексу дослідницьких процедур, дозволяє виявити слабкі ланки і «вузькі місця».

Основне призначення такої діагностики — встановити діагноз об'єкту дослідження і дати висновок про його стан, на підставі якого можна вибрати правильну і грамотну економічну політику, стратегію і тактику розвитку підприємства.

6.3. Діагностика технічного потенціалу підприємства

При діагностиці технічного потенціалу підприємства головним об'єктом виступають його основні засоби.

Основні засоби займають основну питому вагу в загальній сумі основного капіталу підприємства. Від їх кількості, вартості, технічного стану, ефективності використання багато в чому залежать кінцеві результати діяльності підприємства: об'єм продажів, прибуток, рентабельність, стійкий фінансовий стан.

Основні засоби є сукупністю матеріально-речових цінностей, які тривалий час неодноразово або постійно в незмінній натуральній формі використовуються підприємством як засоби праці та поступово переносять свою вартість на собівартість реалізації.

Згідно пункту 4 П(С) БУ 7 *основні засоби* — це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання в процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здачі в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний термін використання яких більш за один рік (або операційного циклу, якщо він більше року) [11].

Роль основних засобів в діяльності підприємства визначається тим, що за своєю сукупністю вони складають матеріально-технічну базу і визначають майновий потенціал (у частині основного капіталу) підприємства.

В цілях аналізу необхідно виділяти конкретні об'єкти основних засобів, стан яких підлягає ретельному аналізу і оцінці.

Об'єкт основних засобів — це закінчений пристрій зі всіма пристосуваннями і приладдям для нього, або конструктивно відокремлений предмет, призначений для виконання окремих самостійних функцій.

До *основних засобів* відносяться:

- будівлі, споруди, устаткування, обчислювальна техніка, прилади, транспортні засоби, інструменти, інвентар і інші засоби праці, вартість яких поступово зменшується у зв'язку із зносом;
- сільськогосподарські машини і знаряддя, робоча і продуктивна худоба, будівельний механізований інструмент і бібліотечні фонди — незалежно від вартості;
- капітальні вкладення в багаторічні насадження, на поліпшення земель (меліоративні, осушні і інші роботи) і в орендовані будівлі, споруди, устаткування і інші об'єкти, що відносяться до основних засобів.

Для цілей оподаткування, згідно зі ст. 145 Податкового кодексу України, виділяють такі групи основних засобів:

група 1 — земельні ділянки;
група 2 — капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом;
група 3 — будівлі, споруди, передавальні пристрої;
група 4 — машини та обладнання;
група 5 — транспортні засоби;
група 6 — інструменти, прилади (інвентар), меблі;
група 7 — тварини;
група 8 — багаторічні насадження;
група 9 — інші основні засоби;
група 10 — бібліотечні фонди;
група 11 — малоцінні необоротні матеріальні активи;
група 12 — тимчасові (нетитульні) споруди;
група 13 — природні ресурси;
група 14 — інвентарна тара;
група 15 — предмети прокату;
група 16 — довгострокові біологічні активи.

Для правильної та результативної діагностики технічного потенціалу підприємства необхідно, перш за все, чітко класифікувати його основні засоби.

Основні засоби в Україні класифікуються:

— за функціональним призначенням;
— за галузевою ознакою;
— за виконуваними функціями;
— за використанням і приналежністю;
— за матеріально-речовим складом (рис. 6.3).

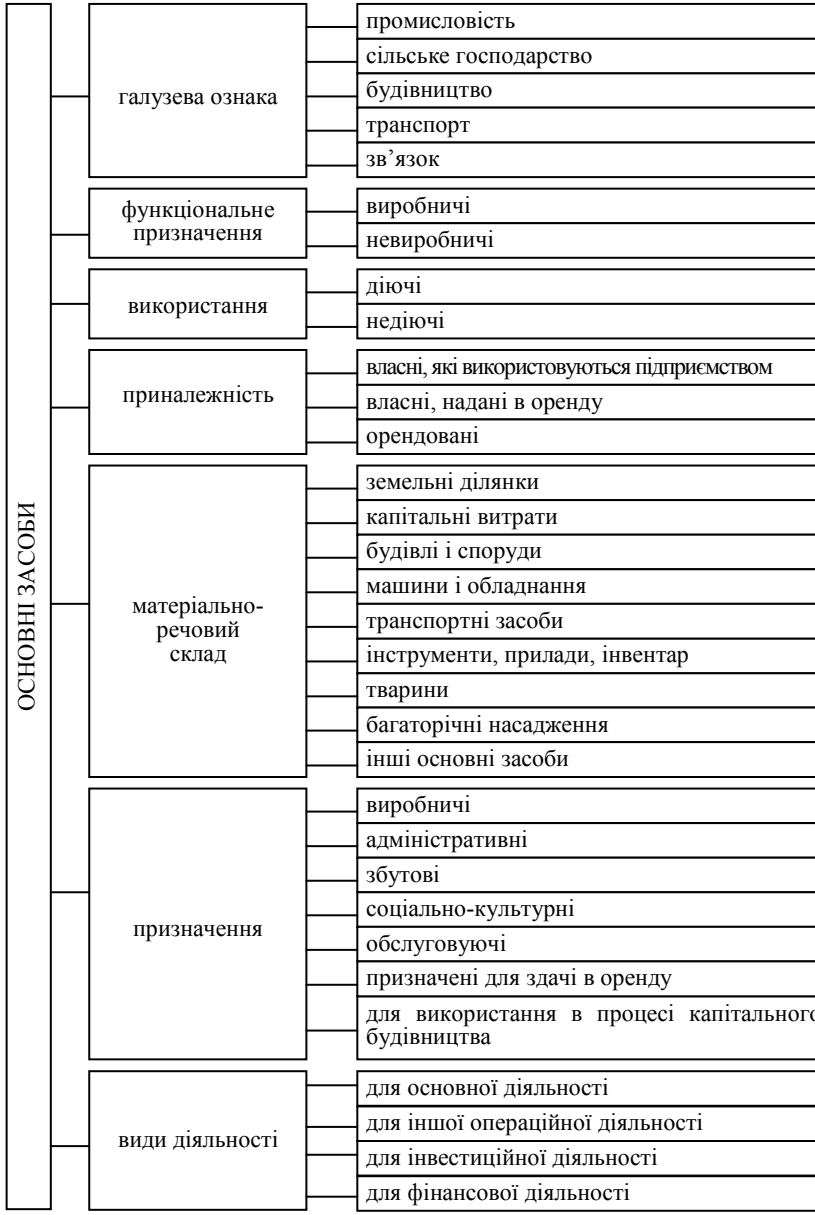

Рис. 6.3. Класифікація основних засобів

Найменування груп основних засобів відповідає найменуванням рахунків, передбачених для їх обліку Інструкцією №291:

— 10 «основних засобів»;

— 11 «інших необоротних матеріальних активів» [12].

За функціональним призначенням розрізняють:

- виробничі основні засоби, які безпосередньо беруть участь у виробничому процесі або сприяють його здійсненню (будівлі, споруди, силові машини і устаткування, робочі машини і тому подібне) і діють у сфері матеріального виробництва;
- невиробничі основні засоби — які не приймають безпосередньої або прямої участі в процесі виробництва і призначені в основному для задоволення комунальних і культурно-побутових потреб трудящих і використовуються в невиробничій сфері.

За галузевою ознакою основні засоби підрозділяються на основні засоби промисловості, торгівлі, будівництва, сільського господарства, транспорту, зв'язку тощо.

За функціями основні виробничі засоби підрозділяються на активні і пасивні. До активних відносять машини, устаткування, прилади, які безпосередньо беруть участь в торгово-виробничому процесі. Пасивні основні засоби включають будівлі, споруди, передавальні пристрої і транспортні засоби, що забезпечують нормальне функціонування активних основних засобів.

За використанням основні засоби підрозділяються на діючі (основні засоби, що використовувалися в діяльності); недіючі (основні засоби, не що використовуються в даний момент часу у зв'язку з тимчасовою консервацією); запасні (різне устаткування, що знаходиться в резерві і призначене для заміни об'єктів основних засобів при їх вибутті або ремонті).

Важливе значення в аналізі основних засобів має їх розподіл *за ознакою приналежності* на власні і орендовані. Власні основні засоби можуть формуватися за рахунок Статутного (пайового, акціонерного) капіталу, цільового фінансування, прибутку.

Орендовані основні засоби показуються в балансі орендодавця, тим самим виключається вірогідність подвійного обліку одних і тих же засобів.

Також при діагностиці основних засобів підприємства певна увага приділяється термінам їх використання. Для цього основні засоби поділяються на певні групи за віковою ознакою:

— до 5 років;

— від 5 до 10 років;

— від 10 до 20 років;

— більше 20 років.

Мета діагностики основних засобів — отримання об'єктивної економічної інформації про стан і динаміку основних засобів, чинники, які впливають на будь які зміни їх вартості, можливі резерви підвищення ефективності їх використання з метою обґрунтування оптимальних управлінських рішень. Реалізація поставленої мети передбачає вирішення наступних завдань:

- вивчити забезпеченість підприємства і його підрозділів основними засобами;
- вивчити склад і структуру, динаміку основних засобів;
- вивчити ефективність використання основних засобів, виробничої, торгової площі;
- встановити причини зміни показників, що характеризують ефективність використання основних засобів і кількісно їх виміряти їх вплив;
- розрахувати вплив підвищення ефективності використання основних засобів на об'єм реалізації товарів і інші показники;
- виявити наявний потенціал підвищення ефективності використання основних засобів;
- розробити заходи (проект рішення) щодо використання виявленого потенціалу (резерву).

Для проведення діагностики динаміки руху і використання основних засобів підприємства в порівняльних періодах аналізуються показники, які класифікуються за ознаками:

— показники, які характеризують динаміку руху основних засобів;

— показники, які характеризують технічний стан основних засобів;

— показники які характеризують використання основних засобів;

— показники, які характеризують ефективність використання робочого часу.

Проведемо діагностику наявності, технічного стану та руху основних засобів ЗАТ «Продмаш» — табл.6.4. Інформація взята з форми № 5 «Примітки до річної фінансової звітності за 2011 рік» (додаток Б).

Дані таблиці показують, що аналізоване підприємство станом на кінець 2011 року має основні засоби вартістю 8378 тис. грн. та за останній рік вона зросла на 10 тис. грн. (8378 – 8368) або на 0,12 % [(8378 : 8368) х 100 – 100].

Переважна частка основних засобів підприємства припадає на будинки, споруди, передавальні пристрої. Загалом їх вартість становить 65 % на початок 2011 року (8368:5478×100) і 66 % (8378:5540×100) на кінець 2011 року сумарної вартості основних засобів.

Проте, якщо питома вага будівель та споруд поступово зростає протягом періоду, який аналізується, то стосовно частки машин та обладнання спостерігається її скорочення у загальній вартості основних засобів підприємства: 33% — на початок 2011 року, 32% — на кінець 2011 року.

Таблиця 6.4

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСНОВНІ ЗАСОБИ ЗАТ «ПРОДМАШ» ЗА 2011 РІК, тис. грн.

Групи основних засобів	Код рядка	Залишок на початок року		Надійшло за рік	Вибуло за рік		Нараховано амортизації за рік	Залишок на кінець року	
		первісна вартість	знос		первісна вартість	знос		первісна вартість	знос
Будинки, споруди та передавальні пристрої	120	5478	677	62	0	0	137	5540	814
Машини та обладнання	130	2800	2260	111	150	69	183	2761	2374
Транспортні засоби	140	65	60	0	18	18	2	47	44
Інструменти, прилади, інвентар (меблі)	150	22	14	3	0	0	3	25	17
Малоцінні необоротні матеріальні активи	200	3	3	2	0	0	2	5	5
Разом	260	8368	3014	178	168	87	327	8378	3254

У процесі діагностики розраховуються показники, які характеризують стан та рух основних засобів. Технічний стан основних засобів підприємства характеризують такі показники як:

Коефіцієнт оновлення (надходження, введення) (*Квв*) — характеризує частку основних засобів, що поступили (придбаних), в їх загальній вартості за досліджуваний період:

$$Квв = \frac{Вартість\ \ нових\ \ основних\ \ засобів}{Вартість\ \ основних\ \ засобів\ на\ кінець\ \ року}, \qquad (6.2)$$

Коефіцієнт вибуття основних засобів (*Квиб*): — характеризує частку вибулих основних засобів в їх загальній вартості за досліджуваний період.

$$Квиб = \frac{Вартість\ \ основних\ \ засобів\ \ що\ \ вибули}{Вартість\ \ основних\ \ засобів\ \ на\ \ початок\ \ періоду}, \qquad (6.3)$$

Коефіцієнт ліквідації (*Кл*): — характеризує частку ліквідованих основних засобів в їх загальній вартості за досліджуваний період.

$$Квиб = \frac{Вартість\ основних\ засобів\ що\ вибули}{Вартість\ основних\ засобів\ на\ початок\ періоду}, \quad (6.4)$$

Коефіцієнт приросту (*Кпр*) — характеризує частку приросту основних засобів в їх загальній вартості за досліджуваний період.

$$Кпр = \frac{сума\ приросту\ основних\ засобів}{вартість\ їх\ на\ початок\ періоду}, \quad (6.5)$$

Коефіцієнт заміни (*Кзам*) — характеризує частку основних засобів, які вибули в результаті зносу в їх загальній вартості за досліджуваний період.

$$Кзам = \frac{Вартість\ основних\ засобів,\ що\ вибули\ у\ результаті\ зносу}{Вартість\ знову\ надходженних\ основних\ засобів}, \quad (6.6)$$

Для діагностики стану основних засобів розраховуються наступні показники:

— *коефіцієнт придатності* (*Кпри*) — характеризує ступінь придатності основних засобів підприємства за досліджуваний період;

$$Кпри = \frac{Залишкова\ вартість\ основних\ засобів}{Первісна\ вартість\ основних\ засобів}, \quad (6.7)$$

— *коефіцієнт зносу* (*Кзн*): — характеризує ступінь зносу основних засобів за досліджуваний період.

Знос основних засобів в цілому по галузі складає більше 30%, що свідчить про використання застарілого устаткування, низьку автоматизацію торгово-технологічного процесу.

Значення охарактеризованих показників для ЗАТ «Продмаш» систематизовано у табл. 6.5.

За результатами діагностики можна зробити такі висновки:

— значення коефіцієнт оновлення основних засобів дорівнює значенню коефіцієнта вибуття, це є добра тенденція для підприємства;

— коефіцієнт зносу основних засобів на кінець року зріс на 0,03 від коефіцієнту зносу на початок року, отже значенні і коефіцієнта придатності на початок року збільшилось в порівнянні з коефіцієнтом придатності на кінець.

Ефективність використання основних засобів характеризують показники: фондовіддачі, фондомісткості, фондоозброєність й фондорентабельності. У процесі діагностики необхідно також вивчити їх динаміку.

Таблиця 6.5

ПОКАЗНИКИ ДІАГНОСТИКИ СТАНУ ТА РУХУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗАТ «ПРОДМАШ»

Показники	2011 р.
Вартість введених в дію нових основних засобів, тис.грн.	178
Первісна вартість основних засобів на кінець року, тис.грн.	8378
Коефіцієнт оновлення	0,02
Вартість основних засобів, які вибули, тис.грн.	168
Первісна вартість основних засобів на початок року, тис.грн.	8368
Коефіцієнт вибуття	0,02
Сума нарахованого зносу на початок року, тис.грн.	3014
Сума нарахованого зносу на кінець року, тис.грн.	3254
Коефіцієнт зносу на початок року	0,36
Коефіцієнт зносу на кінець року	0,39
Коефіцієнт придатності на початок року	0,64
Коефіцієнт придатності на кінець року	0,61

У табл. 6.6 наведено алгоритм розрахунку основних показників ефективності використання основних засобів.

Таблиця 6.6

АЛГОРИТМ РОЗРАХУНКУ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Показники	Формула розрахунку
Фондорентабельність (*Фр*)	$Ф_р = \frac{Чистий\ прибуток}{Середньорічна\ вартість\ основних\ засобів}$ [1]
Фондоозброєність (*Фоз*)	$Ф_{оз} = \frac{Середньорічна\ вартість\ основних\ засобів}{Чисельність\ промперсоналу}$
Фондовіддача (*Фв*)	$Ф_в = \frac{Обсяг\ виробництва\ (реалізації)\ продукції}{Середньорічна\ вартість\ основних\ засобів}$
Фондомісткість (*Фм*)	$Фм = 1/Фв$

[1] Використання чистого прибутку при розрахунку показника фондорентабельності дає змогу оцінити ефективність використання основних засобів в цілому, з урахуванням отриманого фінансового результату за усіма видами діяльності підприємства. Застосування інших показників фінансових результатів (прибуток від операційної діяльності, прибуток від основної діяльності або валовий прибуток) дає змогу оцінити ефективність використання основних засобів за окремими напрямками діяльності. В цьому випадку доцільно застосувати інформацію щодо середньорічної вартості основних засобів, які безпосередньо використовуються в тій або іншій діяльності підприємства; а це викликає значні складнощі або практично не можливо.

Фондорентабельність (*Фр*) — коефіцієнт, який показує частку прибутку, отриманого підприємством на одну гривню вкладених основних засобів.

Фондоозброєність (*Фоз*) — це додатковий коефіцієнт, що показує середньорічну вартість основних засобів, які приходяться на 1 одного працюючого. Зростання цього показника свідчить про позитивну динаміку технічної оснащеності виробництва, але слід мати на увазі, що перевищення темпів фондоозброєності над темпами росту продуктивності праці є негативним явищем, а ідеальним вважається варіант більш швидкого зростання продуктивності праці, бо це свідчить про підвищення ефективності основної діяльності.

Узагальнюючим показником ефективності використання основних засобів є *фондовіддача* (*Фв*). Цей коефіцієнт показує, яка сума виконаного обсягу робіт приходиться на 1 грн. вартості основних виробничих засобів.

Показник, зворотний фондовіддачі, — *фондомісткість* (*Фм*). Фондовіддача являє собою один з основних факторів, що визначають обсяг продукції підприємства, тому необхідно детально проаналізувати, які фактори, в свою чергу, впливають на неї. Їх багато, як залежних, так і не залежних від підприємства. Проте резерви її росту — краще використання техніки на кожному підприємстві і робочому місці. Інтенсивний шлях ведення операційної діяльності припускає систематичне зростання фондовіддачі за рахунок росту продуктивності машин, механізмів і обладнання, скорочення їхніх простоїв, оптимального завантаження техніки, технічного удосконалення основних засобів. Для їх виявлення важливо вибрати основні напрямки аналізу фондовіддачі, що випливають із розходження в підходах до моделювання цього показника.

Розрахуємо показники діагностики ефективності використання основних засобів ЗАТ «Продмаш» (табл. 6.7).

Таблиця 6.7

ПОКАЗНИКИ ДЛЯ ДІАГНОСТИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗАТ «ПРОДМАШ»

Показники	2011 рік	
	На початок року	На кінець року
Виручка від реалізації, тис. грн.	7484	5752
Прибуток (збиток), тис. грн.	(1571)	(212)
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	5354	5239
Середньооблікова чисельність робітників, чол.	1650	1635
Фондовіддача	1,4	1,1
Фондомісткість	0,71	0,91
Фондорентабельність (збитковість), %	(29,3)	(4)
Фондоозброєність, грн./чол.	3,24	3,2

Результати діагностики ефективності використання основних засобів ЗАТ «Продмаш» дозволяють зробити такі висновки:

— фондовіддача порівняно з початком року знизилася з 1,4 до 1,1, що є негативним фактом. Відповідно значення показника фондомісткості має тенденцію до зростання в динаміці;

— фондорентабельність має стабільно від'ємне значення, оскільки підприємство працює у збитковому режимі — 29,3% на початок року та 4% на кінець відповідно. Це свідчить про неефективне використання підприємством основних засобів, однак зниження показника в динаміці є позитивною тенденцією;

— значення показника фондоозброєності протягом року зменшилось з 3,24 грн. до 3,2 грн. на одного робітника, тобто маємо зниження забезпеченості їх діяльності засобами праці.

6.4. Діагностика трудових ресурсів підприємства

Діагностика трудових ресурсів підприємства має велике значення, оскільки саме від їх ефективного використання залежить успіх діяльності суб'єкта господарювання. Достатня забезпеченість підприємств необхідними трудовими ресурсами, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці сприяє збільшенню обсягів продукції та підвищенню ефективності виробництва.

Трудові ресурси підприємства — відповідна чисельність працівників, яким притаманна сукупність фізичних та духовних властивостей, що дозволяє їм працювати та задовольняти потреби підприємства у робочій силі.

Діагностика трудових ресурсів проводиться за наступними напрямками:

1. Оцінка відповідності фактичної чисельності плану або штатному розкладу;
2. Вивчення структури чисельності працівників;
3. Вивчення якісного складу працівників;
4. Вивчення динаміки чисельності;
5. Вивчення ефективності використання трудових ресурсів.

Чисельність і склад працівників характеризується наступними показниками:

— *обліковий склад працівників* — до цього складу відносяться всі постійні працівники і тимчасові, найняті на термін від 1 до 5 днів які виконують роботу, що відноситься до основної діяльності підприємства.

— *середньооблікова чисельність,* яка розраховується за допомогою декількох способів:

1. За місяць:

$$\bar{Ч} = \frac{Сума\ явок\ та\ неявок\ за\ всі\ дні}{кількість\ календарних\ днів\ в\ даному\ місяці} \quad (6.8)$$

2. За рік:

$$\bar{Ч} = \frac{\sum середньомісячних\ показників\ за\ квартал}{12} \quad (6.9)$$

— *структура робочої сили* — характеризується питомою вагою, у %.

Наприклад, доля робочих визначається як відношення чисельності робочих до загальної середньої чисельності працівників підприємства.

Стан і рух чисельності працівників характеризується:

— *коефіцієнтом обороту робочої сили:*

$$К\,об = \frac{Ч\ прийнятих + Ч\ звільнених}{\bar{Ч}}, \quad (6.10)$$

де $Ч$ прийнятих — число прийнятих за звітний період працівників;

$Ч$ звільнених — число звільнених за звітний період працівників;

$\bar{Ч}$ — середньооблікова чисельність працівників.

— *коефіцієнт прийому кадрів:*

$$К\,пр. = \frac{Ч\ прийнятих}{\bar{Ч}}, \quad (6.11)$$

— *коефіцієнт звільнення (вибуття) кадрів:*

$$К\,виб. = \frac{Ч\ виб}{\bar{Ч}}, \quad (6.12)$$

де $Ч\ виб.$ — число працівників, які вибули за звітний період;

— *коефіцієнт плинності кадрів:*

$$К\,плин.кадрів = \frac{Ч\ звільнених, з\ неповажних\ причин}{\bar{Ч}}, \quad (6.13)$$

— *коефіцієнт ступеня використання робочої сили:*

$$К\,виб = \frac{Явочна - чисельність}{\bar{Ч}}, \quad (6.14)$$

— *коефіцієнт стабільності (постійність) кадрів:*

$$К\,ст.к.=\frac{Ч\,сп.}{\overline{Ч}} \qquad (6.15)$$

де *Чсп.* — число працівників, що перебувають в обліковому складі підприємства весь звітний період.

Результати діагностики трудових ресурсів ЗАТ «Продмаш» наведено у табл. 6.8.

Таблиця 6.8

ПОКАЗНИКИ ДІАГНОСТИКИ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ЗАТ «ПРОДМАШ» ЗА 2011 РІК

Показники	Факт (минулий рік)	Звітний рік			Відхилення	
		План	Факт	% виконання плану	Від плану	Від минулого року
1. Середня чисельність працівників, чол.	1650	1631	1635	100,2	+4	–15
2. Кількість прийнятих працівників за рік, чол.	159	184	160	86,9	–24	–1
3. Кількість звільнених працівників за рік, чол.	146	70	142	202,9	+72	–4
4. у т.ч. за порушення трудової дисципліни, чол.	91	—	94	194	+94	+3
5. Загальна кількість прийнятих і звільнених працівників стр.2 + + стр.3)	305	254	302	118,9	+48	–3
6. Коефіцієнт прийому працівників (стр.2/стр.1х100)	18,2	11,3	17,9	158,4	+6,6	–0,3
7. Коефіцієнт звільнення працівників (стр.3/стр.1х100)	16,7	7,9	15,9	201,3	+8,0	–0,8
8. Коефіцієнт загального обороту робочої сили (стр.5\ стр.1 х х 100)	34,9	17,3	33,8	195,4	+16,5	–1,1
9. Коефіцієнт плинності кадрів (стр.4/стр.1х100)	10,4	–	10,5	—	+10,5	+0,1
10. Доля працівників, що знаходяться в обліковому складі протягом року, %	65,3	82,7	66,5	80,4	–16,2	+1,2

На підставі даних, приведених в табл. 6.8. можна сказати:

• підприємство успішно виконало план з укомплектовування чисельності своїх працівників — перевиконання плану складає 2%;

• водночас, в динаміці спостерігається тенденція до зниження числа працюючих на 15 працівників;

• у порівнянні з минулим роком дещо зменшився загальний оборот робочої сили, але зросла плинність кадрів. Це дає основу для подальшого вивчення причин плинності кадрів на підприємстві.

При діагностиці використання робочого часу вивчають:

1. кількість днів невиходів на роботу у звітному періоді і в динаміці за наступними причинами:

— хвороби; щорічні відпустки;

— додаткові відпустки, що надаються за рішенням адміністрації;

— інші неявки, дозволені законом;

— неявки з дозволу адміністрації, прогули.

2. режим праці і раціональності використання робочого часу;

3. ефективність використання календарного часу;

Оціночні показники робочого часу:

— календарний фонд робочого часу (КФРВ), чол./дні:

$$КФРЧ = Явки + Неявки \qquad (6.16)$$

— максимально можливий фонд робочого часу (МВФ), чол/дні:

$$ММФ = КФРЧ – Ч.Ч – Ч.С.В., \qquad (6.17)$$

де Ч.Ч. — число чергових відпусток. чол./дні;

Ч.С.В. — число святкових і вихідних днів, чол./дні.

— плановий корисний фонд робочого часу (ПФРЧ), чол./дні:

$$ПФРЧ = ММФ – Дн.пов(ср) – \overline{Ч}_{пл}, \qquad (6.18)$$

де Дн.пов — передбачуване число невиходів одного працівника з поважних причин в плановому періоді;

$\overline{Ч}_{пл}$ — середньооблікова чисельність працівників за планом.

— реальний фонд робочого часу (РФРЧ), чол./дні:

$$РФРЧ = \overline{Ч}_{я} + ММФ \qquad (6.19)$$

де $\overline{Ч}_{я}$ — явочна чисельність працівників в звітному періоді.

$$ММФ = \frac{ММФ(чол/дні)}{\overline{Ч}}, \qquad (6.20)$$

— середня тривалість робочого дня ($\overline{ТД}$), години:

$$\overline{ТД} = \frac{Кількість\ \ відпрацьов\ аних\ \ чол\ -\ годин}{кількість\ \ відпрацьов\ аних\ \ чол\ -\ днів}. \qquad (6.21)$$

Мета оцінки продуктивності праці — отримання достовірної інформації для управління працею і досягнення високих показників по ефективності використання трудових ресурсів.

Продуктивність праці робітників підприємств обчислюється із розрахунку на одного працівника.

Розрізняють:

— *річну продуктивність праці*

$$П = ЧД : \overline{Ч} \qquad (6.22)$$

— *середньоденну продуктивність праці*

$$П = ЧД : (\overline{Ч} \times Д), \qquad (6.23)$$

— *середньогодинну продуктивність праці*

$$П = ЧД : (\overline{Ч} \times Д \times t), \qquad (6.24)$$

де $П$ — продуктивність праці;

$ЧД$ — обсяг чистого доходу (виручки) від реалізації за аналізований період;

$Д$ — кількість відпрацьованих днів;

$\overline{Ч}$ — середньооблікова чисельність працівників;

t — тривалість робочого дня.

Показники, які використовуються для аналізу продуктивності ($П$) праці:

1. абсолютне відхилення:

— від плану: $\Delta П = П\ факт - П\ план$ (6.25)

— від минулого року: $\Delta П = П\ зв.року - П\ мин.року$ (6.26)

2. ступінь виконання плану:

$$\%П = Пф. : П\ пл \times 100\% \qquad (6.27)$$

3. темп зміни:

$$Т.З. = П\ факт\ зв\ року : П\ факт.\ мин.\ року\ х\ 100\% \qquad (6.28)$$

Розрахуємо показники ефективності використання трудових ресурсів для ЗАТ «Продмаш» — табл. 6.9.

На підставі виконаних розрахунків даних ЗАТ «Продмаш» можна зробити наступні висновки:

— продуктивність праці як працівників підприємства, так і робочих, значно зменшилась у порівнянні з минулим роком — з 4,54 тис. грн. на одного працівника до 3,52 тис. грн. та з 6,59 тис. грн. на одного робочого до 4,99 тис. грн.;

— план з продуктивності праці також не виконано на 1,32 тис. грн. на одного працівника або на 27,3 %;

— зниження продуктивності праці негативно позначилося на обсягах чистого доходу (виручки) від реалізації — його планову величину дотримано лише 72,8%, а у порівнянні з минулим роком на 76,8%.

Таблиця 6.9

ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ЗАТ «ПРОДМАШ» ЗА 2011 РІК

Показники	Факт (минулий рік)	Звітний рік			Відхилення		у % до минулого року
		план	Факт	% виконання плану	від плану	від минулого року	
Чистий дохід (тис. грн.)	7484	7900	5752	72,8	–2148	–1732	76,8
Середньооблікова чисельність працівників, чол.	1650	1631	1635	100,2	+4	–15	70
у т.ч. робочі	1135	1146	1152	100,9	+6	+17	102,7
Доля робочих в загальній чисельності працівників, %	68,8	70,2	70,5	100,4	+0,3	+0,4	100,6
Середньорічна продуктивність праці робочого (тис. грн.)	6,59	6,89	4,99	72,4	–1,9	–1,6	75,7
Середньорічна продуктивність праці працівника (тис. грн.)	4,54	4,84	3,52	72,7	–1,32	–1,02	77,5

6.5. Діагностика фінансової стійкості підприємства

Фінансова стійкість підприємства — одна з найважливіших характеристик його фінансового стану, що визначає стабільність діяльності підприємства у довгостроковій перспективі.

Вона пов'язана з загальною фінансовою структурою підприємства, ступенем його залежності від кредиторів і інвесторів. Фінансова стійкість підприємства — це надійно гарантована платоспроможність, незалежність від випадків ринкової кон'юнктури і поводження партнерів.

Показники фінансової стійкості характеризують стан і структуру активів підприємства і забезпеченість їх джерелами покриття (пасивами), групуються таким чином:

— показники, які характеризують *стан оборотних засобів*: забезпеченість матеріальних запасів власними оборотними коштами; коефіцієнт маневреності власних коштів;

— показники, які характеризують *стан основних засобів:* індекс постійного активу, коефіцієнт реальної вартості майна;

— показники, які характеризують *структуру капіталу:* коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів, коефіцієнт автономії (коефіцієнт концентрації власного капіталу), коефіцієнт фінансової залежності і коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів (коефіцієнт капіталізації).

Система показників фінансової стійкості:

— *коефіцієнт забезпеченості матеріальних запасів власними оборотними коштами* ($k_{оз}$) — показник того, якою мірою матеріальні запаси покриті власними джерелами:

$$k_{оз} = \frac{власні \quad оборотні \quad кошти}{матеріальн і \quad запаси} \tag{6.29}$$

Величина власних оборотних коштів (*ВОК*) (власного оборотного капіталу, робочого капіталу, функціонуючого капіталу) розраховується двома способами:

1) різниця суми власного капіталу, довгострокових зобов'язань і необоротних активів:

$$\begin{gathered} ВОК = I\,р.\,П + II\,р.\,П + III\,р.\,П - I\,р.\,А - IV\,р.\,А = \\ = ряд.380\,ф.1 + ряд.\,430\,ф.1 + ряд.480\,ф.1 - \\ - ряд.080\,ф.1 - ряд.\,275\,ф.1, \end{gathered} \tag{6.30}$$

де *р. П* — розділ пасиву балансу;

р. А — розділ активу балансу;

ряд. ф. 1 — рядок форми 1.

2) різниця оборотних активів і поточних зобов'язань

$$ВОК = II\ р.\ А + IIIр.\ А – IV\ р.\ П – V\ р.\ П = \quad (6.31)$$
$$= ряд.260\ ф.1 + ряд.270\ ф.1 – ряд.620\ ф.1 – ряд.630\ ф.1.$$

Для ЗАТ «Продмаш» розрахунок виконаємо по формулі (6.31):

на початок періоду $ВОК_0 = 12929 + 1 – 7427 = 5503$ тис. грн.
на кінець періоду $ВОК_1 = 11358 – 3658 = 7700$ тис. грн.
Приріст власного оборотного капіталу за рік склав:

$$\Delta\ ВОК = ВОК_1 – ВОК_0 = 7700 – 5503 = 2197 \text{ тис. грн.}$$

Коефіцієнт забезпеченості матеріальних запасів власними оборотними коштами:

на початок року $k_{оз}^{\ 0} = 5503/(687 + 6144 + 2060 + 434) = 0{,}59$

на кінець року $k_{оз}^{\ 1} = 7700/(762 + 6394 + 2651 + 375) = 0{,}756$

приріст коефіцієнта $\Delta\ k_{оз} = k_{оз}^{\ 1} – k_{оз}^{\ 0} = 0{,}756 – 0{,}59 = 0{,}166.$

Графічну інтерпретацію власного оборотного капіталу наведено на рис. 6.4.

Рис. 6.4. Графічна інтерпретація власного оборотного капіталу

Залежно від співвідношення матеріальних запасів і власних оборотних коштів виділяють такі типи фінансової стійкості підприємства:

1. Абсолютна стійкість фінансового стану, якщо запаси (З) менше суми власного оборотного капіталу (ВОК) і кредитів під товарно-матеріальні цінності (КР):

$$З < ВОК + КР \quad (6.32)$$

2. Нормальна стійкість, при якій гарантується платоспроможність підприємства, якщо:

$$З = ВОК + КР \quad (6.33)$$

3. Хитливий (передкризовий) фінансовий стан, при якому порушується платіжний баланс, але залишається можливість відновлення рівноваги платіжних коштів і платіжних зобов'язань за рахунок залучення тимчасово вільних джерел коштів ($К_{т.в.}$) в оборот підприємства (кредитів банку на тимчасове поповнення оборотних коштів, перевищення нормальної кредиторської заборгованості над дебіторською тощо):

$$З = ВОК + КР + К_{т.в} \qquad (6.34)$$

При цьому фінансова нестійкість вважається припустимою, якщо дотримуються такі умови: виробничі запаси і готова продукція дорівнюють або перевищують суму короткострокових кредитів і позикових коштів, що беруть участь у формуванні запасів; незавершене виробництво і витрати майбутніх періодів дорівнюють або менше суми власного оборотного капіталу.

4. Кризовий фінансовий стан (підприємство знаходиться на грані банкрутства):

$$З > ВОК + КР + К_{т.в.} \qquad (6.35)$$

ЗАТ «Продмаш» не використовує кредити банків під товарно-матеріальні цінності, на поповнення оборотних коштів, не має тимчасово вільних коштів, для нього виконується нерівність (6.35), оскільки значення $k_{оз}$ менше одиниці. Це дозволяє зробити висновок про кризовий фінансовий стан, але збільшення величини власного оборотного капіталу і $k_{оз}$ є позитивною тенденцією.

— *коефіцієнт маневреності власних коштів* ($k_м$) показує, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності підприємства, тобто вкладена в оборотні кошти, а яка частина капіталізована:

$$k_м = \frac{власний\ \ оборотний\ \ капітал}{власний\ капітал + довгостроковi\ \ зобов'язання} \qquad (6.36)$$

Значення цього показника може варіювати залежно від структури капіталу і галузевої специфіки підприємства. З фінансової точки зору, чим вище коефіцієнт маневреності, тим краще фінансовий стан.

Коефіцієнт маневреності власних коштів в умовах ЗАТ «Продмаш»:

на початок року $k_м^{\,0} = 5503/(5271 + 206 + 5634) = 0{,}495$

на кінець року $k_м^{\,1} = 7700/(5059 + 229 + 7825) = 0{,}587$

приріст коефіцієнта $\Delta\ k_м = k_м^{\,1} - k_м^{\,0} = 0{,}587 - 0{,}495 = 0{,}092.$

Власні кошти підприємства є досить маневреними і характеризуються тенденцією до її зростання.

— *індекс постійного активу* ($I_{па}$) характеризує частку необоротних активів у джерелах власних коштів:

$$I_{па} = \frac{необоротні\quad активи}{власний\quad капітал + довгострок ові\quad зобов'язання} \qquad (6.37)$$

Індекс постійного активу в умовах ЗАТ «Продмаш»:

на початок року $I^0_{па}$= 5608/(5271 + 206 + 5634) = 0,505

на кінець року $I^1_{па}$= 5413/(5059 + 229 + 7825) = 0,413

приріст коефіцієнта $\Delta I_{па} = I^1_{па} - I^0_{па}$ = 0,413 – 0,505 = –0,09.

Власні кошти в умовах досліджуваного підприємства на початок року приблизно порівну покривають необоротні і оборотні активи, динаміка коефіцієнта є від'ємною, оскільки збільшилась вартість власних оборотних коштів.

— *коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів* ($k_{дз}$) характеризує структуру капіталу, ступінь залежності підприємства від довгострокових кредиторів:

$$k_{дз} = \frac{довгострокові\quad зобов'язання}{власний\quad капітал + довгострокові\quad зобов'язання} \qquad (6.38)$$

Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів в умовах ЗАТ «Продмаш»:

на початок року $k_{дз}{}^0$ =5634/(5271 + 206 + 5634) = 0,507

на кінець року $k_{дз}{}^1$ =7825/(5059 + 229 + 7825) = 0,597

приріст коефіцієнта $\Delta k_{дз} = k_{дз}{}^1 - k_{дз}{}^0$ = 0,597 – 0,507 = 0,09.

Підприємство значно залежить від зовнішніх кредиторів, оскільки більше половини у структурі довгострокових коштів мають зобов'язання, оцінка динаміки свідчить про зростання цієї залежності.

— *коефіцієнт реальної вартості майна* ($k_{рв}$) визначає, яку частку у вартості майна складають засоби виробництва:

$$k_{рв} = \frac{основні\quad засоби + матеріальн і\quad оборотні\quad засоби}{підсумок\quad балансу}. \qquad (6.39)$$

Цей коефіцієнт визначає рівень виробничого потенціалу підприємства, забезпеченість операційної діяльності засобами виробництва.

Коефіцієнт реальної вартості майна в умовах ЗАТ «Продмаш»:
на початок року:

$$k_{рв}^{\ 0} = (5354 + 687 + 6144 + 2060 + 434)/18538 = 0{,}792$$

на кінець року $k_{рв}^{\ 1} = (5124 + 762 + 6394 + 2651 + 375)/16771 = 0{,}913$

приріст коефіцієнта $\Delta\ k_{рв} = k_{рв}^{\ 1} - k_{рв}^{\ 0} = 0{,}913 - 0{,}792 = 0{,}121$

Досліджуване підприємство має високий рівень виробничого потенціалу, який збільшився протягом аналізованого періоду.

— *коефіцієнт автономії* (k_a) характеризує стабільність і незалежність від зовнішніх кредиторів:

$$k_a = \frac{власний\quad капітал}{підсумок\quad балансу} \tag{6.40}$$

Найбільше поширена думка, що частка власного капіталу має бути достатньо велика, нижню межу вказують — 0,6 (або 60%). У підприємство з високою долею власного капіталу кредитори вкладають кошти більш охоче, оскільки воно з більшою потенцією може погасити борги за рахунок власних коштів.

Коефіцієнт автономії в умовах ЗАТ «Продмаш»:

на початок року: $k_a^{\ 0} = 5271/18538 = 0{,}284$

на кінець року $k_a^{\ 1} = 5059/16771 = 0{,}302$

приріст коефіцієнта $\Delta\ k_a = k_a^{\ 1} - k_a^{\ 0} = 0{,}302 - 0{,}284 = 0{,}018.$

Досліджуване підприємство має низьку автономію, але рівень її незначно збільшився протягом аналізованого періоду.

— *коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів* (k_c) показує, яких коштів у підприємства більше — позикових або власних:

$$k_c = \frac{зобов'язання}{власний\quad капітал} \tag{6.41}$$

Чим більше коефіцієнт перевищує одиницю, тим більше залежність підприємства від позикових коштів. Припустимий рівень залежності визначається умовами роботи кожного підприємства, і в першу чергу, швидкістю обороту оборотних коштів.

Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів в умовах ЗАТ «Продмаш»:

на початок року: $k_c^0 = (18538 – 5271)/5271 = 2{,}517$

на кінець року $k_c^1 = (16771 – 5059)/5059 = 2{,}315$

приріст коефіцієнта $\Delta k_c = k_c^1 – k_c^0 = 2{,}315 – 2{,}517 = –0{,}202$.

У досліджуваного підприємства на 1 грн. власного капіталу приходиться більше ніж 2 грн. зобов'язань.

Таким чином, фінансовий стан підприємства можна визначити як нестійкий.

Стійкість фінансового стану може бути відновлена шляхом прискорення оборотності капіталу в поточних активах, у результаті чого відбудеться відносне його скорочення на гривню виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); обґрунтованого зменшення запасів і витрат; поповнення власного оборотного капіталу за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел.

Контрольні питання до теми

1. Розкрийте зміст діагностики та характеристику її видів.
2. Поясність алгоритм розрахунку та економічну характеристику показників попередньої діагностики ефективності функціонування підприємств.
3. Розкрийте економічну сутність основних засобів та основні підходи до їх класифікації.
4. Розкрийте методику діагностики забезпеченості підприємства основними засобами, їх технічного стану та руху.
5. Назвіть показники для оцінки ефективності використання основних засобів, поясність алгоритм їх розрахунку.
6. Розкрийте поняття трудових ресурсів та охарактеризуйте діагностику їх руху.
7. Назвіть показники діагностики використання робочого часу.
8. Розкрийте поняття продуктивності праці. Охарактеризуйте показники продуктивності праці.
9. Назвіть показники фінансової стійкості, охарактеризуйте техніку їх розрахунку.
10. Які типи фінансової стійкості підприємства існують, поясність методику їх визначення.

Тематика доповідей

1. Місце та роль діагностики в управлінні сучасним підприємством.
2. Основні підходи до побудови методик діагностики технічного потенціалу підприємства.

3. Техніка розрахунку показників ефективності використання основних засобів підприємств різних галузей економіки.
4. Проблеми розробки мотиваційних заходів щодо підвищення продуктивності праці робітників.
5. Моніторинг рівня зайнятості в Україні.
6. Систематизація показників структури капіталу для діагностики фінансової стійкості підприємства.

Тестові завдання

1. Для попередньої діагностики ефективності функціонування підприємства в динаміці розраховують:
А) абсолютне відхилення від планового завдання, темп росту;
Б) абсолютна зміна, темп росту, темп приросту;
В) темп росту, темп приросту.

2. Для обчислення показників рентабельності можуть використовуватись наступні види прибутку:
А) чистий прибуток;
Б) будь який вид прибутку підприємства;
В)прибуток від операційної діяльності або чистий прибуток.

3. Рентабельність продажу (*ROS*) визначається як:

А) $ROS = \frac{чистий\ \ прибуток}{доход\ \ від\ \ реалізації} \cdot 100\%$;

Б) $ROS = \frac{чистий\ \ прибуток}{товарообіг} \cdot 100\%$;

В) $ROS = \frac{прибуток\ \ від\ \ фінансової\ \ діяльності}{доход\ \ від\ \ реалізації} \cdot 100\%$.

4. Коефіцієнт відновлення (Кв) основних засобів визначається як:

А) $К_в = \frac{ОЗк}{ОЗ_н}$; Б) $К_в = \frac{З}{ОЗ}$;

В) $К_в = \frac{ОЗв}{ОЗ_п}$; Г) $К_в = \frac{ОЗн}{ОЗ_к}$.

5. Коефіцієнт зносу основних засобів (*Кзоз*) розраховується як:

А) $К_{зоз} = \frac{З}{ОЗ}$; Б) $К_{зоз} = \frac{ВБ}{ОЗ}$;

В) $К_{зоз} = \frac{З}{П}$; Г) $К_{зоз} = \frac{ОА}{ОЗ}$.

6. Фондорентабельність — це коефіцієнт, який показує:
А) середньорічну вартість основних засобів;
Б) суму виконаного обсягу робіт, яка приходиться на 1 грн. вартості основних виробничих засобів;
В) витрати, що має підприємство на одну гривню вкладених основних засобів;
Г) прибуток, отриманий підприємством на одну гривню вкладених основних засобів.

7. Фондоозброєність (*Фоз*) розраховується як:

А) $Ф_{оз} = \frac{Чистий\ прибуток}{Середньорічна\ вартість\ основних\ засобів}$;

Б) $Ф_{оз} = \frac{Валюта\ балансу}{Середньорічна\ вартість\ основних\ засобів}$;

В) $Ф_{оз} = \frac{Середньорічна\ вартість\ основних\ засобів}{Чисельність\ промперсоналу}$;

Г) $Ф_{оз} = \frac{Обсяг\ виробництва\ (реалізації)\ продукції}{Середньорічна\ вартість\ основних\ засобів}$.

8. Чи впливає продуктивність праці працівників торгівлі на суму витрат на оплату праці (при позитивній відповіді привести формулу)
А) так, впливає;
Б) ні, не впливає;
В) впливає опосередковано.

9. Як розраховується середньооблікова чисельність працівників підприємства якщо відомі значення на початок кожного місяця кварталу
А) за допомогою середньої арифметичної;
Б) за допомогою середньої хронологічної;
В) за допомогою середньої арифметичної зваженої.

10. Продуктивність праці розраховується як:
А) відношення доходу від реалізації до середньооблікової чисельності працівників;
Б) відношення доходу від реалізації до вартості основних фондів;
В) відношення чисельності працівників до доходу від реалізації.

11. В якому джерелі інформації відбивається продуктивність праці?
А) у балансі;
Б) у формі № 2;
В) це розрахункова величина.

12. Власний оборотний капітал — це різниця:
А) між необоротними активами і власним капіталом;
Б) між власним капіталом і оборотними активами;
В) між оборотними активами і поточними зобов'язаннями;
Г) власним капіталом і поточними зобов'язаннями.

13. Нормальній стійкості фінансового стану відповідає співвідношення:
А) $З < ВОК+КР;$
Б) $З=ВОК+КР;$
В) $З=ВОК+КР+К_{т.в};$
Г) $З > ВОК+КР+К_{т.в}.$

14. Співвідношення *З < ВОК+КР* свідчить про:
А) нормальну фінансову стійкість;
Б) загрозу банкрутства;
В) абсолютну фінансову стійкість;
Г) нездатність підприємства розраховуватися за своїми боргами.

Практичні завдання

Задача 6.1
Наведено дані по підприємству.

Показники	Звітний період	
	план	факт
Доход від реалізації, тис.грн.	25600	25950
Середньорічна вартість основних фондів, тис.грн.	7870	8400

Визначити:
1. Виконання плану показників підприємства.
2. Розрахувати показники фондовіддачі за планом та фактично.
3. Скласти узагальнюючу таблицю та зробити висновки.

Задача 6.2
Наведено дані по виробничо-комерційному підприємству.

Показники	Минулий рік	Звітний рік	
		план	факт
Середня вартість основних засобів, тис. грн.	6820	6790	6780
Середня чисельність робітників, чол.	141	136	132

Визначити:
1. Показники фондоозброєності у минулому році та у звітному за планом та фактично.
2. Показники динаміки.
3. Скласти узагальнюючу таблицю та зробити висновки.

Задача 6.3
Наведено дані по комерційному підприємству.

Показники	Минулий рік	Звітний рік
Виручка від реалізації, тис. грн.	43450	46840
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	1650	1820
Середня чисельність робітників, чол.	145	154
Прибуток, тис. грн.	128	162

Визначити:
1. Показники ефективності використання основних засобів.
2. Провести аналіз впливу факторів на зміну інтегрального показника.
3. Скласти аналітичну таблицю та зробити висновки.

Задача 6.4
На підставі наведених даних:
1. Число чоловіко-днів святкових — 5160;
2. Число відпрацьованих чоловіко-днів — 11020;
3. Число чоловіко-днів чергових відпусток — 775;
4. Середня чисельність робітників на кінець періоду — 60 чол.,
Розрахувати: календарний фонд робочого часу; табельний фонд робочого часу; максимально можливий фонд робочого часу; коефіцієнти використання робочого часу.

Задача 6.5
Наведено дані по підприємству ПАТ «Арктика». Необхідно:
— підготувати висновок стосовно стану та руху чисельності персоналу ВАТ «Арктика»;
— вказати розмір збільшення обсягу продажу за рахунок зміни чисельності працюючих.

Показники	Минулий рік	Звітний рік
Обсяг продажу, тис. грн.	24000	27000
Середня чисельність робітників	75	81
— у т. ч. продавців	61	69
Число прийнятих на роботу	8	6
Число звільнених за всіма причинами, всього	15	8
— у т.ч. число звільнених за причинами не пов'язаними з виробничою необхідністю	13	8

Задача 6.6.
Нижче наведено виписку з Балансу та Звіту про фінансові результати підприємств А та Б.

(тис. грн.)

Показник	А	Б
Баланс		
Актив		
Грошові кошти	1900	4500
Дебітори	1998	6500
Матеріальні запаси	20580	5000
Основні засоби	77939	40000
БАЛАНС	102417	56000
Пасив		
Короткострокова кредиторська заборгованість	6017	5000
Короткострокові кредити банків	5000	2000
Довгострокові зобов'язання	400	30000
Статутний капітал	89000	12000
Нерозподілений прибуток	2000	7000
БАЛАНС	102417	56000
Звіт про фінансові результати		
Виручка від реалізації продукції	100000	86000
Собівартість реалізованої продукції	72000	61000
Валовий прибуток	28000	25000

Розрахуйте:
1. Аналітичні коефіцієнти, які характеризують структуру капіталу підприємств А і Б.
2. Визначте тип фінансової стійкості підприємств А і Б.
3. Проаналізуйте отримані результати. Зробіть висновок про фінансовий стан підприємств.

Задача 6.7.
На підставі даних завдання 6.6. проведіть попередню діагностику ефективності діяльності підприємств А і Б, порівняйте отримані результати та зробіть висновки.

Література

[1, 4, 5, 12, 15, 17, 25, 28, 29, 31— 35, 40, 41, 45, 51, 52, 59, 67, 78, 93, 106, 107, 118—120, 125—128].

Тема 7

—♦—

МЕТОДИ І МОДЕЛІ ПРОГНОЗУВАННЯ, ПОШУКУ ПОТЕНЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

7.1. Сутність, значення та задачі прогнозування розвитку підприємства
7.2. Методи прогнозування розвитку підприємства
7.3. Поняття, принципи організації пошуку і підрахунку потенційних можливостей розвитку підприємства
7.4. Методика підрахунку і обґрунтування потенційних можливостей розвитку підприємства
7.5. Оптимізація виробничої діяльності та прибутку підприємства

7.1. Сутність, значення та задачі прогнозування розвитку підприємства

Відповідно до Закону України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України»: — «державне прогнозування економічного і соціального розвитку — є науково обґрунтоване передбачення напрямів розвитку країни, окремих галузей економіки або окремих адміністративно-територіальних одиниць, можливого стану економіки та соціальної сфери в майбутньому, а також альтернативних шляхів і строків досягнення параметрів економічного і соціального розвитку».

Прогноз економічного і соціального розвитку є засобом обґрунтування вибору тієї чи іншої стратегії та прийняття конкретних рішень органами законодавчої та виконавчої влади, органами місцевого самоврядування щодо регулювання соціально-економічних процесів. У основній діяльності підприємства розрізняють прогноз і прогнозування. *Прогноз* — оцінка майбутньої діяльності, а *прогнозування* — це вид передбачення, оскільки його суб'єкти отримують інформацію про майбутнє.

Під *прогнозуванням розвитку підприємства* слід розуміти емпіричне або науково обґрунтоване судження про можливі стани об'єкта прогнозування в майбутньому, альтернативні шляхи і терміни досягнення цих станів.

Прогнозування виступає як важлива зв'язуюча ланка між теорією та практикою регулювання основної діяльності підприємства. Воно виконує дві головні функції: передбачення (опису) і розпорядження, що сприяє своєчасному впровадженню прогнозу в загальний план діяльності підприємства.

Наукове прогнозування ґрунтується на вивченні об'єктивних закономірностей, яким підлягають певні процеси і події: випадкові події, чи імовірні (статистичні); детерміновані.

Фахівці виділяють п'ять основних етапів в процесі прогнозування:

1. збір даних — отримання конкретної інформації та обов'язкова перевірка її вірності;
2. редукція або ущільнення даних;
3. побудова моделі та її оцінка — добір моделі прогнозу, яка найбільш відповідає особливостям зібраних даних;
4. екстраполяція обраної моделі — фактичне отримання прогнозних значень;
5. оцінка отриманого прогнозу — порівняння розрахованих (прогнозних) величин з фактичними.

Виділяють два характерних підходи до прогнозування:

— вивчення закономірності зміни даної події;

— вивчення іншої події (чи групи інших подій, що мають відношення до даної).

Процес прогнозування має різні цілі й дозволяє визначити:

1) проходження процесу зміни об'єкта прогнозування протягом майбутнього періоду;

2) певну імовірність того, що досліджуваний процес не вийде за встановлені припустимі межі;

3) до якого класу за заданими параметрами потрібно віднести досліджуваний процес (об'єкт прогнозування).

Процес і результати прогнозування можуть використовуватися в двох напрямах: теоретико-пізнавальному та управлінському.

Теоретико-пізнавальне призначення прогнозування передбачає вивчення та удосконалення методології і методики робіт із складання прогнозів, виявлення тенденцій, характерних для розвитку підприємства, факторів, що сприяють виникненню та здійсненню можливих змін цих чинників, а також самих тенденцій. Управлінський аспект прогнозування — це використання прогнозів економічного і соціального розвитку підприємства для створення необхідних умов, які забезпечують підвищення наукового рівня відповідних управлінських рішень.

З метою якісного складання прогнозів підприємства, виникає потреба в їх класифікації. Вона може будуватися залежно від різних критеріїв та ознак, цілей, завдань, об'єктів прогнозування і методів його організації. Найважливішими з них є: масштаби прогнозування, термін, на який робиться прогноз, характер та специфічні особливості об'єкта, призначення прогнозу.

Розглянемо деякі класифікаційні ознаки більш детальніше.

За *функціональною ознакою* прогнозування розвитку підприємства поділяють на пошукові і нормативні.

Пошуковий прогноз базується на умовному продовженні в майбутньому тенденцій розвитку підприємства, виходячи з оцінки його діяльності в минулому і на нинішньому етапі, й не враховує чинники, які можуть змінити ці тенденції.

Нормативний прогноз розроблюється на підставі раніше визначених цілей. Його завданням є розробка шляхів і термінів досягнення можливих станів об'єкта прогнозування в майбутньому.

Ціль прогнозування розвитку підприємства полягає у тому, щоб зробити зрозумілим процес вироблення рішення; допомогти виявити базові тенденції в досліджуваній області; визначити основні критичні зони; врахувати ризики стрибкоподібних змін; запропонувати варіанти стратегій досягнення мети управління.

Прогнозування розвитку діяльності підприємства вирішує наступні *завдання*:

— оцінку економічних і фінансових перспектив в залежності від основних напрямів розвитку основної діяльності і її фінансування;

— формування обґрунтованих висновків і рекомендацій щодо вибору раціональної стратегії й тактики дій вищого керівництва підприємства.

У числі стратегічних і тактичних рішень можуть бути досліджені: виробничо-збутова програма підприємства; запланована структура активів та принципова схема їх фінансування; інвестиційні проекти, фінансова звітність, тощо. Тобто прогнозній оцінці підлегле будь-яке рішення щодо використання майна, трудових та фінансових ресурсів і оцінка наслідків його реалізації з метою визначення впливу на подальший розвиток підприємства.

7.2. Методи прогнозування розвитку підприємства

Залежно від прогнозованих параметрів і цільової спрямованості прогнозування, вибирають існуючі методи і математичний апарат. Безліч методів вирішення задач прогнозування має одну загальну ідею: виявлення екстраполяційних зв'язків між минулим і майбутнім, між інформацією про сучасний процес і характером його протікання надалі. Характер екстраполяційних зв'язків визначатиме апарат рішення задачі прогнозування. Від точності описання досліджуваних зв'язків залежить точність прогнозування. Оскільки ці зв'язки можуть бути детермінованими, то частина задачі вирішується ефективніше при комбінуванні різних методів (прийомів, способів) і математичного апарата різних напрямків короткострокового прогнозування.

Для прогнозування розвитку підприємства застосовують різні кількісні і якісні методи.

Кількісні методи (прийоми) базуються на інформації, яку можна одержати, знаючи тенденції зміни певних параметрів та маючи статистично достовірні залежності, що характеризують основну діяльність об'єкта управління (аналіз тимчасових рядів, каузальне (причинно-наслідкове) моделювання).

Якісні методи засновані на експертних оцінках фахівців (методи експертних оцінок, думка журі (усереднення думок експертів у релевантних сферах)).

Складні об'єкти прогнозують з використанням різних кількісних і якісних методів.

Класифікація методів прогнозування розвитку підприємства наведена на рис. 7.1.

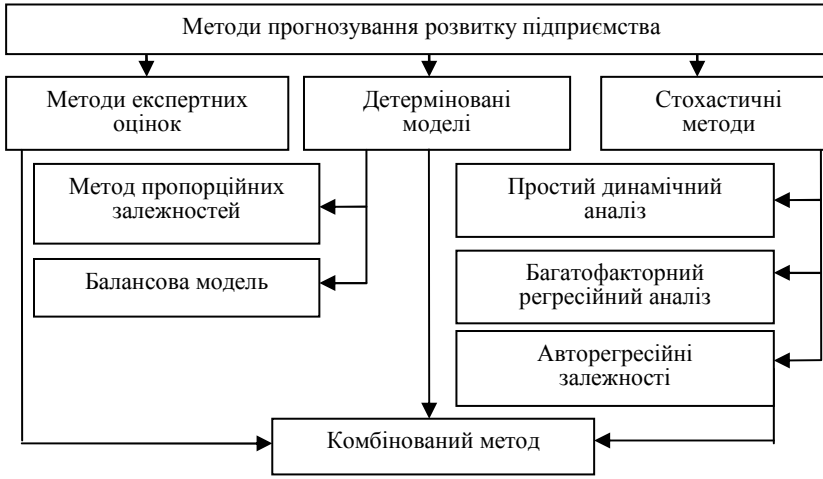

Рис. 7.1. Класифікація методів прогнозування розвитку підприємства [42]

Цілі, час, умови прогнозу і специфіка його розробки визначають комплекс методів і прийомів прогнозування. При цьому багато методів можуть використовуватися в розробці різних прогнозів.

Прогнозуванням на підприємстві займаються працівники, які пройшли спеціальну підготовку. Для прогнозування створюються робочі групи, які в своїй роботі використовують різні методи. Кожне підприємство використовує ті методи прогнозування, що є найбільш прийнятними для його діяльності, для тієї чи іншої ситуації. Тому, використан-

ня моделей та методів прогнозування стає першочерговим завданням у прийнятті рішень відносно введення в дію будь-якого проекту.

До основних загальних методів прогнозування можна віднести такі:

— методи експертних оцінок;

— методи екстраполяції трендів;

— методи регресивного аналізу;

— інші методи економіко-математичного моделювання.

Експертні методи прогнозування були детально розглянуті у § 4.4.

Метод екстраполяції трендів базується на статистичних спостереженнях за динамікою повного фінансового показника, визначенні тенденції його розвитку і продовженні її у майбутньому періоді, тобто за допомогою цього методу закономірності минулого розвитку об'єкта переносяться в майбутнє.

Регресійний аналіз — це математичний метод прогнозування. Метою регресійного аналізу є встановлення конкретної аналітичної залежності одного або декількох результативних показників від одного або декількох факторних. Таку залежність подають за допомогою математичної моделі, що задається повним рівнянням регресії. Один раз визначені взаємозв'язки вважаються усталеними, а майбутні значення залежної змінної прогнозуються шляхом підстановки у рівняння певних значень незалежних змінних. Регресійний аналіз є відносно дорогим, але комплексним і надійним прийомом.

До методів моделювання належать прийоми структурного, сітьового і матричного моделювання та інші методи.

7.3. Поняття, принципи організації пошуку і підрахунку потенційних можливостей розвитку підприємства

Поняття «*розвиток підприємства*» у сучасній науці знайшло значне відображення і має глибоке філософське обґрунтування. Разом з поняттям розвитку, а іноді і замість нього, використовуються поняття експлікації, генезису, еволюції, еманації, діахронії. Але останні виступають різними типами розвитку та відповідно входять до самого поняття «розвиток».

До складу розвитку підприємства входять наступні елементи — рис. 7.2.

Узагальнивши представлені складові необхідно ще раз підкреслити, що *розвиток* передбачає наявність кількісних та якісних змін, які розподілені у часі, тобто відбувається процес. За своїм змістом розвиток підприємства є сукупністю процесів, які сумарно ведуть до збільшення потенціалу підприємства. *Потенціал* (англ. *potential*, нім. *Potential n*) — можливості, наявні сили, запасу, засобу, що можуть бути використані. Синонімом терміну «потенціал» є поняття «резерв». В економічній лі-

тературі поняття резерв використовується в двох напрямках: резервами вважаються запаси ресурсів, що необхідні для безперебійної роботи підприємства; резервами вважаються можливості підвищення ефективності господарської діяльності. При розгляді потенційних можливостей розвитку підприємства доцільно говорити саме про можливості підвищення ефективності господарської діяльності.

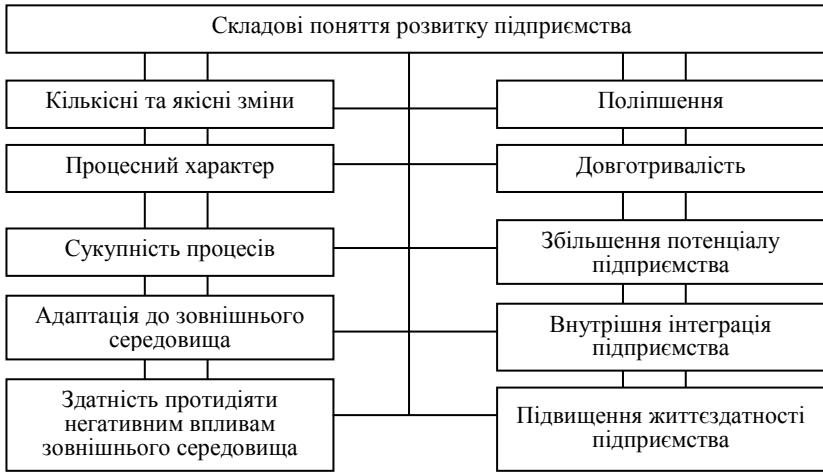

Рис. 7.2. Складові поняття розвитку підприємства

Таким чином поняття розвиток, потенціал та резерв є невід'ємними. Класифікація потенційних можливостей розвитку підприємства представлена на рис. 7.3.

Здійснюючи пошук та підрахунок потенційних можливостей розвитку підприємства, слід керуватися наступними *принципами*:

- науковий характер — пошук потенційних можливостей розвитку підприємства має ґрунтуватися на діалектичній теорії пізнання;
- комплексність і системність — необхідність усебічного виявлення та підрахунку потенційних можливостей розвитку: в усіх напрямках та видах діяльності з урахуванням взаємозв'язку і співпідпорядкованості досліджуваних явищ;
- запобігання повторного рахунку — випливає з попереднього.

Для дотримання цього принципу необхідно добре уявляти взаємозв'язок, взаємодію і співпідпорядкованість усіх досліджуваних показників;

— комплектність — збалансованість по трьох основних елементах процесу праці: засобах праці, предметах праці та трудових ресурсах;

— економічне обґрунтування — необхідність врахування реальних можливостей підприємства;

— оперативність — скорочення часу між виявленням і освоєнням потенційних можливостей розвитку;

— відсутність дискретності — пошук потенційних можливостей розвитку підприємства необхідно робити планомірно, систематично;

— масовість пошуку — необхідність залучення до цього процесу всіх працівників.

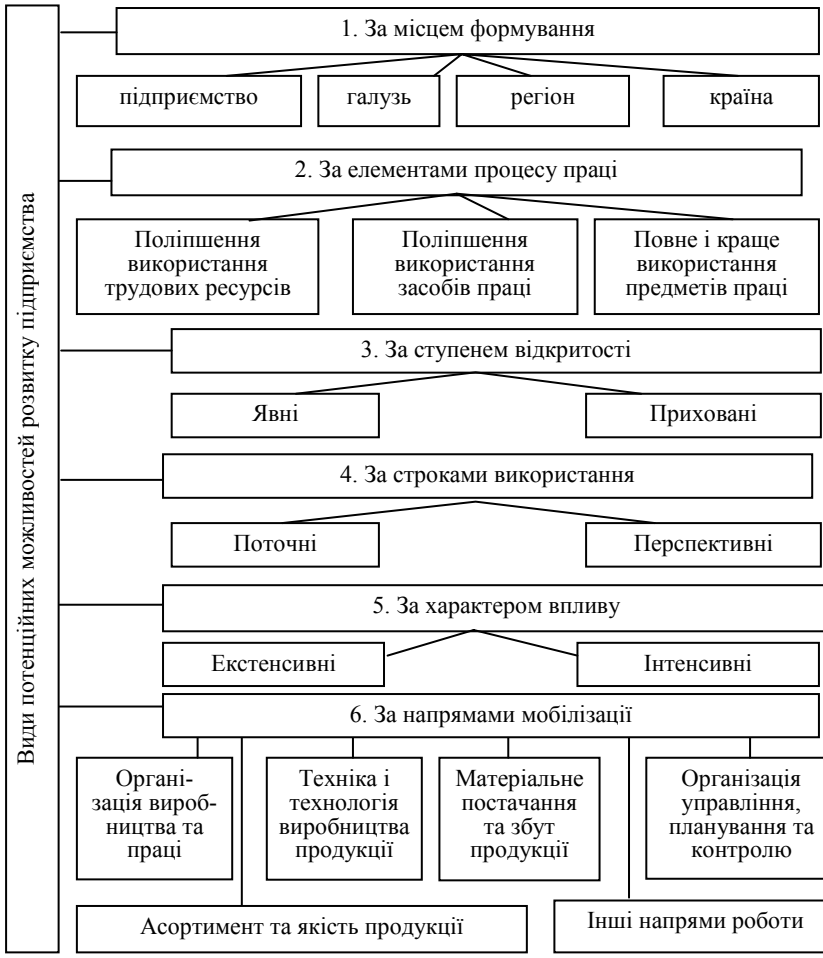

Рис. 7.3. Класифікація потенційних можливостей розвитку підприємства

7.4. Методика підрахунку і обґрунтування потенційних можливостей розвитку підприємства

Для того щоби величина виявлених можливостей потенційного розвитку підприємства була реальною, її підрахунок має бути по можливості точним і обґрунтованим. Для підрахунку величини резервів в аналізі господарської діяльності використовують наступні методи.

Метод прямого рахунку. Застосовується для підрахунку потенційних можливостей розвитку підприємства екстенсивного характеру, коли відома величина додаткового залучення або величина безумовних втрат ресурсів.

Приклад: у звітному періоді було додатково придбано 500 одиниць товару, чистий прибуток, який одержує підприємство при реалізації одиниці товару — 200 грн. Отже, додатково буде отримано 500 х 200 = 100 тис. грн. чистого прибутку.

Метод порівняння. Застосовується для підрахунку величини потенційних можливостей розвитку підприємства інтенсивного характеру, коли втрата ресурсів або можлива їх економія визначається в порівнянні з плановими нормами, або з мінімальними витратами на одиницю продукції.

Приклад: для одержання одиниці готової продукції фактично витрачено 22 кг. сировини при нормі — 20 кг., фактичний обсяг виробництва — 20000 шт. Звідси видно, що перевитрати ресурсів на одиницю продукції складають 2 кг. (22-20), а на весь обсяг виробництва 40 тонн (2 х 20000). У результаті чого отримано продукції на 2000 одиниць менше (40000 / 20), у порівнянні з планом. Це невикористані можливості підприємства.

Методи детермінованого факторного аналізу: ланцюгової підстановки, абсолютних різниць, інтегральний метод.

Приклад: якщо обсяг доходу від реалізації продукції (*ДР*) визначити у виді добутку чисельності працівників (*Ч*) та продуктивності їхньої праці (*ПР*). При цьому фактична чисельність персоналу — 12 осіб, можлива — 15; фактична продуктивність однієї особи — 3,4 тис. грн., можлива — 4,0 тис. грн. Отже:

$$ДР_ф = Ч_ф \times ПР_ф = 12 \times 3,4 = 40,8 \text{ тис. грн.}$$
$$ДР_м = Ч_м \times ПР_м = 15 \times 4,0 = 60,0 \text{ тис. грн.}$$
$$Р\uparrow ДР = ДР_м - ДР_ф = 60 - 40,8 = 19,2 \text{ тис. грн.}$$

— метод абсолютних різниць:

$Р\uparrow ДР_{(Ч)} = (Ч_м - Ч_ф) \times ПР_ф = (15 - 12) \times 3,4 = 10,2$ тис. грн.

$Р\uparrow ДР_{(ПР)} = (ПР_м - ПР_ф) \times Ч_в = (4,0 - 3,4) \times 15 = 9,0$ тис. грн.

Разом 19,2 тис. грн.

— метод ланцюгових підстановок:

$ДР\ ' = Ч_м \times ПР_ф = 15 \times 3,4 = 51,0$ *тис. грн.*

$Р\uparrow ДР_{(Ч)} = ДР' - ДР_ф = 51 - 40,8 = 10,2$ *тис. грн.*

$Р\uparrow ДР_{(ПР)} = ДР_м - ДР' = 60 - 51 = 9,0$ *тис. грн.*

Разом *19,2 тис. грн.*

— інтегральний метод:

$$Р\uparrow ДР_{(Ч)} = Р\uparrow Ч \times ПР_ф + \frac{(Ч_м - Ч_ф)\times(ПР_м - ПР_ф)}{2} = (15-12)\times 3,4 + \frac{(15-12)\times(4-3,4)}{2} = 11,1\ тис.\ грн.$$

$$Р\uparrow ДР_{(ПР)} = Р\uparrow ПР \times Ч_ф + \frac{(Ч_м - Ч_ф)\times(ПР_м - ПР_ф)}{2} = (4-3,4)\times 12 + \frac{(15-12)\times(4-3,4)}{2} = 8,1\ \ тис.\ грн.$$

Разом *19,2 тис. грн.*

Таким чином, виявлений резерв збільшення доходу від реалізації продукції складає 19,2 тис. грн. За рахунок збільшення кількості персоналу можливе зростання доходу від реалізації на 10,2 тис. грн.; збільшення продуктивності праці з 3,4 тис. грн. до 4,0 тис. грн. на одну особу приведе до росту доходу від реалізації на 9,0 тис. грн. Усі виявлені потенційні можливості розвитку підприємства повинні бути підкріплені відповідними заходами. Тільки в цьому випадку їх величина буде реальною й обґрунтованою.

7.5. Оптимізація величини прибутку підприємства

Оптимізація (англ. *optimisation*, нім. *Optimierung f*) — процес надання будь-чому найвигідніших характеристик, співвідношень. Оптимізація полягає в знаходженні найкращого варіанта.

Задача оптимізації сформульована, якщо задані:

— критерій оптимальності;

— параметри, що варіюються та зміна яких дозволяє впливати на ефективність процесу;

— математична модель процесу;

— обмеження, пов'язані з економічними та конструктивними умовами, можливостями обладнання, тощо.

Основними джерелами оптимізації величини прибутку є збільшення обсягу реалізації продукції, зниження її собівартості, підвищення якості товарної продукції, реалізація її на більш вигідних ринках збуту, тощо.

1. Для визначення резервів зростання прибутку за рахунок збільшення кількості реалізації продукції ($P\uparrow П_{(К)}$) необхідно виявлений раніше резерв росту кількості реалізації продукції ($P\uparrow К_i$) помножити на фактичний прибуток у розрахунку на одиницю продукції відповідного виду ($П_{1i}$):

$$P\uparrow П_{(К)} = \sum\ P\uparrow К_i \cdot П_{1i}. \qquad (7.1)$$

2. Оптимізація прибутку за рахунок зниження собівартості товарної продукції і послуг ($P\uparrow П_{(С)}$) підраховуються наступним чином: попередньо виявлений резерв зниження собівартості кожного виду продукції ($P\downarrow С_i$) збільшується на можливий обсяг її продажів. Який визначається як сума фактичної кількості реалізованої продукції ($К_{1i}$) та можливого резерву її зростання ($P\uparrow К_i$):

$$P\uparrow П_{(с)} = \sum P\downarrow С_i \times (К_{1i} + P\uparrow К_i) \qquad (7.2)$$

1. Аналогічно тому, як була визначена оптимізація прибутку за рахунок зменшення собівартості, можна підрахувати резерв збільшення прибутку за рахунок збільшення ціни ($P\uparrow П_{(Ц)}$):

$$P\uparrow П_{(Ц)} = \sum P\uparrow Ц_i \times (К_{1i} + P\uparrow К_i), \qquad (7.3)$$

де $P\uparrow Ц_i$ — можливий резерв збільшення ціни одиниці продукції окремого виду.

На закінчення аналізу необхідно узагальнити усі виявлені резерви зростання прибутку.

Починаючи з 90-х років стає популярною управлінською концепцією *комплексна оптимізація діяльності підприємства*. Окремим напрямком та рушієм вказаних процесів були також завдання автоматизації діяльності підприємства, результатом яких також декларувалася комплексна оптимізація діяльності підприємства, що призвело до розробки низки референтних моделей та методик впровадження, які включають завдання оптимізації діяльності підприємства.

Серед великої кількості існуючих моделей, стандартів та методик комплексної оптимізації діяльності підприємства (у різних сенсах) можна виділити такі:

— створена економічна вартість: управління за допомогою комплексного економічного показника *EVA* (*Economic Value Added*), отриманого за даними бухгалтерського обліку;

— всеохватне управління якістю: *TQM* (*Total Quality Management*);

— система стратегічного управління: *система збалансованих показників* (*Balanced Score Card*);

— система виконання стратегії: *EFQM*;

— система управління якістю: *серія міжнародних стандартів ISO 9001*;

— управління проектами та програмами: *PMI PMBOK v. 4*;

— ідеологія управління бізнес-процесами, що поєднує методології *Benchmarking*: бенчмаркінг — покращення процесів на підставі пошуку і порівняння аналогів;

— реінжиніринг бізнес-процесів: *BPR* (*Business process reengineering*) збільшення ефективності діяльності за рахунок більш ефективної реалізації бізнес-процесів.

Фактично, описані поширені управлінські методики комплексної оптимізації діяльності підприємства з використанням процесної ідеології, як правило, є більш або менш повною компіляцією базових концепцій (науковий метод, процес прийняття управлінських рішень, статистичне управління технологічними процесами).

В даний момент перше захоплення від застосування новітніх простих але «комплексних» методик управління пройшло, деякі із них отримують новий імпульс у зв'язку із розвитком інформаційних систем та можливостей застосування складних розрахунків та алгоритмів прийняття рішень, Коректні методології комплексної оптимізації підприємств та моделювання бізнес-процесів є такими, що базуються на математичних методах.

Контрольні питання до теми

1. Що таке прогнозування?
2. У чому полягає роль і завдання прогнозування в сучасних умовах?
3. Яки види економічних прогнозів ви знаєте?
4. Які основні методи прогнозування?
5. У чому полягає суть експертних методів прогнозування?
6. Який зміст та співвідношення понять «потенційні можливості», «резерв», «розвиток»?
7. Які види потенційних можливостей розвитку ви знаєте?
8. Які основні принципи організації пошуку потенційних можливостей розвитку?
9. У чому полягає сутність прямого методу підрахунку потенційних можливостей розвитку?
10. В яких випадках та яким чином застосовується метод порівняння при підрахунку потенційних можливостей розвитку?

11. Яка методика застосування методів детермінованого аналізу для підрахунку потенційних можливостей розвитку?
12. Що включає поняття «оптимізація»?
13. Які показники використовуються для аналізу обсягу і динаміки випуску та реалізації продукції?
14. Яка методика оцінки асортименту і структури виробництва та реалізації продукції?
15. У чому полягає значення аналізу рівномірності та ритмічності виробництва і реалізації готової продукції? Які показники для цього застосовуються?
16. Від яких факторів залежить якість та брак готової продукції та методика їх оцінки?
17. Які групи факторів впливають на виробництво та реалізацію готової продукції; методика їх аналізу?
18. Які внутрішні резерви оптимізації прибутку підприємства?
19. У чому полягає сутність методики оцінки резервів збільшення прибутку підприємства?
20. Які концепції комплексної оптимізації діяльності підприємств ви знаєте?

Тематика доповідей

1. Сутність прогнозування фінансового стану підприємства.
2. Значення і завдання короткострокового прогнозування фінансового стану підприємства.
3. Особливості прогнозування фінансового стану підприємства у зарубіжних країнах.
4. Удосконалення методів прогнозування потенційних можливостей розвитку підприємства.
5. Напрями удосконалення методики прогнозування потенційних можливостей розвитку підприємства.
6. Напрями удосконалення методики прогнозування складових елементів основної діяльності підприємства.
7. Напрями удосконалення методики оцінки якості та вірогідності короткострокових прогнозів.
8. Дерево стилів управлінських рішень: сутність, характеристика та практика застосування.
9. Комплексна оптимізація діяльності підприємств: можливості та проблеми застосування.

Тестові завдання.

1. Прогнозування — це:
А) оцінка майбутньої діяльності;
Б) план управління підприємством, спрямований на зміцнення його позицій;

В) це вид передбачення, оскільки його суб'єкти отримують інформацію про майбутнє.

2. Прогнози призначені для виявлення можливостей вирішення конкретних аспектів стратегічних прогнозів, короткострокових перспектив і поточної діяльності — це:
А) стратегічні прогнози;
Б) довгострокові прогнози;
В) оперативні прогнози.

3. Метод «комісії», метод «мозкових атак», метод Дельфі — це методи:
А) системного аналізу;
Б) колективних експертних оцінок.
В) індивідуальних експертних оцінок.

4. Економічна сутність потенційних можливостей розвитку підприємства полягає у …
А) найбільш повному використанні зростаючого потенціалу заради одержання більшого прибутку;
Б) пошуку можливостей підвищення ефективності господарської діяльності підприємства;
В) пошуку можливостей розширення процесу виробництва на підприємстві.

5. За характером впливу виділяють наступні види потенційних можливостей розвитку підприємства:
А) прямі та непрямі;
Б) явні та приховані;
В) екстенсивні та інтенсивні.

6. Принцип комплектності в організації пошуку та підрахунку потенційних можливостей розвитку підприємства означає:
А) виявлення можливостей: в усіх напрямках та видах діяльності з урахуванням взаємозв'язку і співпідпорядкованості досліджуваних явищ;
Б) добре уявлення взаємозв'язку, взаємодії і співпідпорядкованості усіх досліджуваних показників із метою запобігання повторного рахунку;
В) збалансованість по трьох основних елементах процесу праці: засобах праці, предметах праці та трудових ресурсах.

7. Для підрахунку потенційних можливостей екстенсивного характеру, коли відома величина додаткового залучення або величина безумовних втрат ресурсів застосовується метод …
А) прямого рахунку;
Б) порівняння;
В) детермінованого аналізу.

8. Оптимізація прибутку підприємства можлива за рахунок:
А) збільшення кількості реалізованої продукції, ціни реалізації та зменшення собівартості продукції;
Б) збільшення прибутку від усіх видів діяльності підприємства;
В) збільшення кількості реалізованої продукції за рахунок розширення ринків збуту та зменшення загальної суми витрат підприємства.

9. Оптимізація прибутку за рахунок зниження собівартості товарної продукції і послуг ($P \uparrow П_{(C)}$) підраховуються наступним чином:

А) $P \uparrow П_{(c)} = \sum P \downarrow C_i \times K_{1i}$;

Б) $P \uparrow П_{(c)} = \sum P \downarrow C_i \times (K_{1i} + P \uparrow K_i)$;

В) $P \uparrow П_{(c)} = \sum P \uparrow Ц_i + P \downarrow C_i \div (K_{1i} + P \uparrow K_i)$;

де $P \downarrow C_i$ — резерв зниження собівартості кожного виду продукції;
K_{1i} — фактична кількість реалізованої продукції;
$P \uparrow K_i$ — резерв росту кількості реалізації продукції;
$P \uparrow Ц_i$ — можливий резерв збільшення ціни одиниці продукції окремого виду.

Практичні завдання

Задача 7.1
На підставі наведеної інформації визначте можливості оптимізації прибутку підприємства за рахунок:
— збільшення кількості реалізованої продукції;
— зменшення собівартості реалізованої продукції;
— збільшення ціни реалізованої продукції.
Зробить висновки.

Показники	Продукція А		Продукція Б		Продукція В	
	Фактичні	Можливі	Фактичні	Можливі	Фактичні	Можливі
Кількість реалізованої продукції, тис. шт.	1,25	1,27	2,15	2,20	1,97	2,04
Собівартість реалізованої продукції, грн.	64,5	64,3	45,8	45,5	38,9	38,1
Ціна реалізованої продукції, грн.	71,2	71,3	54,2	54,8	42,4	42,6

Література

[4, 6, 13, 15, 17, 18, 24—27, 37—41, 45, 47, 52, 53, 66, 68, 69, 72, 126].

Тема 8

—♦—

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

8.1. Значення, мета та задачі аналізу фінансової звітності підприємства
8.2. Аналіз складу, структури і динаміки майна підприємства та джерел його формування
8.3. Оцінка ефективності використання майна та оптимальності структури капіталу підприємства
8.4. Аналіз доходів, витрат та фінансових результатів роботи підприємства
8.5. Аналіз надходження та вибуття грошових коштів підприємства
8.6. Аналіз структури та динаміки власного капіталу підприємства

8.1. Значення, мета та задачі аналізу фінансової звітності підприємства

Фінансова звітність — це сукупність форм звітності, складених на основі даних бухгалтерського обліку з метою надання зовнішнім та внутрішнім користувачам узагальненої інформації про фінансовий стан у вигляді, який зручний і зрозумілий для прийняття цими користувачами певних ділових рішень [7, с. 57].

Загальні вимоги до фінансової звітності викладено в положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 1 (П(С)БО 1), затвердженому наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. № 87. П(С)БО 1 встановлює: мету фінансової звітності; склад фінансової звітності; звітний період; якісні характеристики та принципи, якими слід керуватися під час складання фінансової звітності; вимоги до розкриття інформації у фінансовій звітності.

П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» передбачено керуватись при підготовці та наданні фінансової звітності усіма підприємствами, організаціями, установами та іншими юридичними особами (підприємствами) усіх форм власності (крім банків і бюджетних установ).

Відповідно до П(С)БО 1 фінансова звітність — це бухгалтерська звітність, яка відображує фінансовий стан підприємства і результати його діяльності за звітний період [90].

Метою фінансової звітності є забезпечення загальних інформаційних потреб широкого кола користувачів під час прийняття різних рішень (табл. 8.1).

Для прийняття якісних управлінських та економічних рішень користувачам фінансової звітності необхідна інформація про фінансовий стан, результати діяльності та зміни у фінансовому стані підприємства.

Зазначені інформаційні потреби обумовили склад фінансової звітності. Згідно з П(С)БО 1 до неї відносять: Баланс (ф. № 1); Звіт про фінансові результати (ф. № 2); Звіт про рух грошових коштів (ф. № 3); Звіт про власний капітал (ф. № 4); Примітки до звітів (ф. № 5) [90, 92].

Таблиця 8.1

ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТРЕБИ ОСНОВНИХ КОРИСТУВАЧІВ ІНФОРМАЦІЇ, ЯКА ВІДОБРАЖЕНА У ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Користувачі інформації, яка відображена у фінансової звітності	Інформаційні потреби користувачів
Інвестори, власники	Інформація про придбання, продаж та володіння цінними паперами, участь у капіталі підприємства, оцінка якості управління, визначення суми дивідендів, що підлягають розподілу
Керівництво підприємства	Інформація, яка стосується регулювання діяльності підприємства
Банки, постачальники та інші кредитори	Інформація про забезпечення зобов'язань підприємства, оцінка спроможності підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання
Замовники	Інформація, необхідна для оцінки спроможності підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання
Працівники підприємства	Інформація, необхідна для оцінки спроможності підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання, забезпечення зобов'язань підприємства перед працівниками
Органи державного управління	Інформація, необхідна для формування макроекономічних показників

Компоненти фінансової звітності відображують різні аспекти основної діяльності підприємства за звітний та попередній періоди, розкривають сутність облікової політики, що робить можливим проведення якісного аналізу діяльності підприємства (табл. 8.2).

Такі складові фінансової звітності, як Баланс, Звіт про фінансові результати, Звіт про власний капітал та Звіт про рух грошових коштів, складаються зі статей, які об'єднуються у відповідні розділи. Форми, перелік статей фінансових звітів та їх зміст встановлено П(С)БО 2 — 5 [90,92].

Підприємство заносить інформацію до тієї чи іншої статті відповідного фінансового звіту тільки тоді, коли: існує ймовірність збільшення або зменшення майбутніх економічних вигод, пов'язаних із цією статтею; оцінка статті може бути достовірно визначена.

Таблиця 8.2

ПРИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ КОМПОНЕНТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ [90,92]

Складові фінансової звітності	Зміст	Використання інформації
Баланс	Наявність економічних ресурсів, які контролюються підприємством, на дату балансу.	Оцінка структури ресурсів підприємства, їх ліквідності та платоспроможності підприємства, прогнозування майбутніх потреб у позиках, оцінка та прогнозування змін в економічних ресурсах, які підприємство, ймовірно, контролюватиме в майбутньому.
Звіт про фінансові результати	Доходи, витрати та фінансові результати діяльності підприємства за звітний період.	Оцінка та прогноз: прибутковості діяльності підприємства, структури доходів та витрат.
Звіт про власний капітал	Зміни у складі власного капіталу підприємства протягом звітного періоду.	Оцінка та прогноз змін у власному капіталі.
Звіт про рух грошових коштів	Генерування та використання грошових коштів протягом звітного періоду.	Оцінка та прогноз операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства.
Примітки до фінансової звітності	Обрана облікова політика, інформація не наведена безпосередньо у фінансових звітах, але обов'язкова за П(С)БО, додатковий аналіз статей звітності, необхідний для забезпечення її зрозумілості.	Оцінка та прогноз: облікової політики, ризиків або непевності, які впливають на підприємство, його ресурси та зобов'язання, діяльності підрозділів підприємства тощо.

Відповідно до П(С)БО 1 фінансова звітність підприємства містить дані про: підприємство; дату звітності та звітний період; валюту звітності та одиницю її виміру; показники (статті) за звітний та попередній періоди; облікову політику підприємства та її зміни; аналітичну інформацію щодо статей фінансових звітів; консолідацію фінансових звітів; припинення (ліквідацію) окремих видів діяльності; обмеження щодо володіння активами; участь у спільних підприємствах; виявлені помилки та пов'язані з ними коригування; переоцінку статей фінансових звітів; іншу інформацію, розкриття якої передбачено відповідними П(С)БО [90,92].

Фінансова звітність має бути підготовлена та надана користувачам у певні строки, які визначаються чинним законодавством. Дані фінансо-

вої звітності є основою не тільки для оцінки результатів звітного періоду, а й для їх прогнозування.

Основним фінансовим звітом підприємства є *бухгалтерський баланс*, який дає змогу зробити оцінку найсуттєвіших ознак його основної діяльності. Саму процедуру оцінок прийнято називати читанням балансу.

Баланс — це звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов'язання і власний капітал.

Метою складання балансу є надання користувачам повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан підприємства на звітну дату.

Елементами балансу, безпосередньо пов'язаними з визначенням фінансового стану підприємства та змін у ньому, є: активи; зобов'язання; власний капітал.

Призначення *Звіту про фінансові результати* полягає у визначенні чистого прибутку (збитку) звітного періоду. З цією метою у формі звіту передбачено послідовне зіставлення його статей.

Процес розрахунку прибутку (збитку) звітного періоду може бути поділений на такі етапи:

Етап 1. Визначення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

Етап 2. Розрахунок валового прибутку (збитку);

Етап 3. Визначення фінансового результату — прибутку (збитку) — від операційної діяльності;

Етап 4. Розрахунок прибутку (збитку) від звичайної діяльності до оподаткування;

Етап 5. Визначення прибутку (збитку) від звичайної діяльності;

Етап 6. Визначення чистого прибутку (збитку) звітного періоду.

Наступним звітом, який складає підприємство, є *Звіт про рух грошових коштів* (ф. № 3). Він містить інформацію про грошові потоки підприємства за звітний період.

Під *грошовими потоками* розуміють надходження та вибуття грошових коштів і їх еквівалентів. Грошові кошти включають кошти в касі та на рахунках у банках, які можуть бути використані для поточних операцій.

Рух коштів відображується у Звіті про рух грошових коштів у розрізі трьох видів діяльності: операційної, інвестиційної та фінансової.

Операційна діяльність — це основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною та фінансовою.

Інвестиційна діяльність — це сукупність операцій з придбання та продажу довгострокових (необоротних) активів, а також короткострокових (поточних) фінансових інвестицій, які не є еквівалентами грошових коштів.

Фінансова діяльність — це сукупність операцій, які призводять до зміни величини та (або) складу власного та позикового капіталу.

Негрошові операції — це операції, які не потребують грошових коштів або їх еквівалентів.

Для складання Звіту про рух грошових коштів використовують показники Балансу, Звіту про фінансові результати та дані аналітичного бухгалтерського обліку.

Наступним звітом є Звіт про власний капітал (ф. № 4). власний капітал підприємства визначається як різниця між вартістю його майна (А — активи) і борговими зобов'язаннями (З).

Власний капітал — це частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань.

Сума власного капіталу — це абстрактна вартість майна, яка не є його поточною чи реалізаційною вартістю, а тому не відображує поточну вартість прав власників підприємства. На суму власного капіталу мають суттєвий вплив усі умовності бухгалтерського обліку, що були застосовані при оцінці активів і кредиторської заборгованості. Вона може лише випадково збігатися із сукупною ринковою вартістю акцій підприємства або з сумою, яку можна отримати від продажу чистих активів частинами або підприємства в цілому.

Разом із фінансовою звітністю подаються Примітки до фінансової звітності.

Примітки до фінансової звітності — це сукупність показників і пояснень, що забезпечує деталізацію і обґрунтованість статей фінансових звітів, а також інша інформація, розкриття якої передбачене відповідними положеннями (стандартами).

Мета аналізу фінансової звітності — дати оцінку результатів ефективності діяльності підприємства за звітний період і його поточного фінансового стану, своєчасно виявляти й усувати недоліки у основній діяльності та знаходити резерви поліпшення фінансового стану підприємства та підвищення його платоспроможності.

Завдання аналізу:

1. Проаналізувати склад, структуру та динаміку майна підприємства та джерел його формування;
2. Оцінити ефективність використання майна та оптимальності структури капіталу підприємства;
3. Проаналізувати доходи, витрати та фінансові результати роботи підприємства;
4. Провести аналіз надходження та вибуття грошових коштів підприємства;
5. Оцінити структуру та динаміку власного капіталу підприємства, тощо.

За допомогою аналізу фінансової звітності проводять: попередню (загальну) оцінку фінансового стану підприємства; аналіз кредитоспроможності підприємства та ліквідності його балансу; аналіз платоспроможності та фінансової стійкості підприємства; аналіз фінансових результатів підприємства; аналіз обігу оборотних коштів; оцінку потенційного банкрутства; аналіз дохідності (рентабельності); аналіз використання капіталу; аналіз рівня самофінансування; аналіз валютної самоокупності; аналіз ризиків; оцінку інвестиційної привабливості підприємства; прогнозування перспектив розвитку підприємства; аналіз потенціалу, тощо.

8.2. Аналіз складу, структури і динаміки майна підприємства та джерел його формування

Відповідно до Цивільного кодексу України *майно* можна визначити як активи, об'єктами яких вважаються окрема річ, сукупність речей, а також майнові права та обов'язки. Майно може розглядатися як поняття, що має матеріальний субстрат, тобто бути фактично тотожним поняттю «речі», але може і не мати такого субстрату (майнові права та обов'язки), тобто відносини, що мають матеріальний зміст.

Майно підприємства становлять основні фонди та оборотні активи, а також інші цінності, вартість яких відображається в балансі підприємства.

Майновий стан — одна з найбільш важливих характеристик основної діяльності підприємства. Дана сторона економічної діяльності підприємства зазнає впливу з боку багатьох факторів, у числі яких знаходиться і такий, що визначається співвідношенням між необоротними і оборотними активами підприємства. У економічній літературі немає однозначного визначення, яким повинно бути це співвідношення, оскільки воно формується залежно від галузі, в якій функціонує підприємство, від стану ринку в країні загалом і конкретного ринку продукції, яку виготовляє підприємство, та деяких інших факторів.

Джерелами формування майна підприємства є:

— грошові та матеріальні внески засновників;

— доходи, одержані від реалізації продукції, а також від інших видів основної діяльності;

— доходи від цінних паперів;

— кредити банків та інших кредиторів;

— капітальні вкладення і дотації з бюджетів;

— надходження від роздержавлення і приватизації власності;

— придбання майна іншого підприємства, організації;

— безоплатні або благодійні внески, пожертвування організацій, підприємств і громадян;

— інші джерела, не заборонені законодавчими актами України.

Майно підприємства збільшується в процесі операційної та інших видів основної діяльності. Воно може бути об'єктом угод, відчужуватися, закладатися тощо.

У складі майна виділяють матеріально-речовинні і нематеріальні елементи.

До матеріально-речовинних елементів відносяться земельні ділянки, будинки, споруди, машини, обладнання, сировина, напівфабрикати, готові вироби, грошові кошти.

Нематеріальні елементи створюються в процесі життєдіяльності підприємства. До них відносяться: назва і репутація фірми, коло постійних клієнтів, використовувані товарні знаки, навички керівництва, кваліфікація персоналу, запатентовані способи виробництва, ноу-хау, авторські права, контракти, що можуть бути продані або передані.

Капітал у матеріально-речовинному втіленні поділяється на основний і оборотний. *До основного капіталу* відносяться матеріальні фактори тривалого користування, такі як будинки, споруди, машини, обладнання тощо. *Оборотний капітал* витрачається на покупку засобів для кожного виробничого циклу (сировини, основних і допоміжних матеріалів), а також на оплату праці. Основний капітал служить протягом ряду років, оборотний — цілком споживається впродовж одного циклу виробництва.

Основний капітал у більшості випадків *ототожнюється з основними фондами (основними засобами)* підприємства. Однак поняття основного капіталу ширше, тому що крім основних засобів (будинків, споруд, машин і обладнання), що представляють його значну частину, до складу основного капіталу включаються також незавершене будівництво і довгострокові інвестиції — грошові кошти, спрямовані на приріст запасу капіталу.

Основними джерелами інформації для аналізу формування капіталу підприємства є:

нормативно-правова інформація:

Цивільний Кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV (Глава 8. Підприємницькі товариства, Книга третя. Права власності та інші речові права);

Положення (стандарти) бухгалтерського обліку: 2 «Баланс», 6 «Примітки до фінансової звітності»;

планова: бізнес-план підприємства, обґрунтування інвестиційних проектів;

звітна фінансова: баланс (ф.1), примітки до фінансової звітності (ф. 5);

звітна статистична:

Звіт про залишки і використання палива та пально-мастильних матеріалів 4-МТП (місячна);

Звіт про залишки, надходження і витрати дорогоцінних металів, які містяться у приладах, устаткуванні та інших виробах (4-дм);

Звіт про наявність обчислювальної техніки — 2-інф (річна);

звіт про наявність та рух основних засобів, амортизацію (знос) за 200_ рік — 11-ОЗ (річна);

Звіт про продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі — 1-опт (квартальна);

Звіт про продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 200_ рік — 1-опт;

Звіт про продаж та запаси товарів у торговій мережі і мережі ресторанного господарства — 3-торг.

облікова: регістри за рахунками класу 1 «Необоротні активи», класу 2 «Запаси», класу 3 «Грошові кошти, розрахунки та інші активи»;

інша: інвентаризаційні описи, акти про оцінку майна і майнових прав тощо.

Основою інформаційного забезпечення при аналізі майна підприємства є *бухгалтерський баланс.*

Ціль аналізу майна підприємства — дослідження абсолютних і відносних змін статей активу балансу за певний період, відстеження тенденцій їх змін та визначення джерел їх фінансування.

Задачі аналізу майна підприємства:

— дослідження складу, динаміки і структури майна підприємства;

— аналіз стану майна підприємства;

— оцінка складу і джерел утворення майна підприємства;

— визначення ефективності фінансування і використання майна підприємства.

Вивчаючи склад майна, необхідно проаналізувати склад статей балансу. Якщо питома вага необоротних активів (НА) вище за 50% в їх загальній структурі, то в такому разі підприємство має важку структуру активів, якщо менше 50% — легку (мобільну).

Зростання питомої ваги довгострокових фінансових вкладень у структурі необоротних активів (НА) може свідчити про іммобілізацію коштів з основної діяльності.

Зростання питомої ваги нематеріальних активів у структурі необоротних активів (НА) може свідчити про інноваційну діяльність підприємства, оскільки кошти вкладаються в патенти, ліцензії та інтелектуальну власність.

У більшості випадків дослідження структури і динаміки фінансового стану проводиться за допомогою *порівняльного аналітичного балансу*. Такий баланс можна одержати зі звітного балансу шляхом ущільнення окремих статей і доповнення його показниками структури залежно від цілей і масштабів проведення аналізу.

Порівняльний аналітичний баланс цінний тим, що він зводить докупи і класифікує ті розрахунки, які проводить аналітик при ознайомленні з балансом.

Схемою порівняльного аналітичного балансу охоплено більшість важливих показників, що характеризують статику і динаміку фінансового стану. Порівняльний баланс фактично включає показники горизонтального і вертикального аналізів.

Виконуючи горизонтальний аналіз, визначають абсолютні та відносні зміни величин різних статей балансу за аналізований період, а метою вертикального аналізу є вивчення змін питомої ваги окремих статей у підсумку балансу.

На підставі даних додатку Б сформуємо порівняльний аналітичний баланс та проаналізуємо у табл. 8.3 склад, структуру і динаміку майна підприємства.

Таблиця 8.3

АНАЛІЗ СКЛАДУ, СТРУКТУРИ І ДИНАМІКИ МАЙНА ЗАТ «ПРОДМАШ» ЗА 2010—2011 рр.

тис. грн.

Майно	Абсолютні величини, тис. грн.		Структура, %		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відхилення в структурі, %	Темпи зростання, %
	2010 р.	2011 р.	2010 р.	2011 р.			
І.Необоротні активи							
Основні засоби і нематеріальні активи, незавершене будівництво	5608	5413	31,0	32,3	-195,0	+ 1,3	96,5
Довгострокові фінансові інвестиції та відстрочені податкові активи	-	-			-	-	-
Всього за розділом І	5608	5413	31,0	32,3	-195,0	+ 1,3	96,5
ІІ. Оборотні активи							
Запаси	9325	10182	50,3	60,7	+857,0	+10,4	109,2
Дебіторська заборгованість	3317	891	17,9	5,3	-2426,0	-12,6	26,9
Грошові кошти і їх еквіваленти	43	8	0,2	4,8	-35,0	-4,6	186,0
Всього за розділом ІІ	12929	11358	69,0	67,7	-1571,0	-1,3	61,3
Баланс	18538	16771	100,0	100,0	-1767,0	-	90,5

Сукупне майно підприємства складається з необоротних і оборотних активів, причому питома вага необоротних становила 31,0 % в 2010 р. і збільшилася до 32,3 % у 2011 р.

У цілому майно підприємства за аналізований період скоротилося на 1767,0 тис. грн., або на 9,5 %, що може свідчити про скорочення обсягів основної діяльності, яке, у свою чергу, може призвести до неплатоспроможності підприємства. Питома вага оборотних активів у сукупних активах підприємства в 2011 р. склала 69,0 % і трохи знизилась у порівнянні з 2010 р. (до 67,7 %). Найбільшу питому вагу у майні підприємства займають запаси — 50,3% у 2010 р., при рості у 2011 р. до 60,7 %. Цю структуру активів можна охарактеризувати як «легку», що свідчить про незначні накладні витрати та високу чутливість до змін виручки.

Таким чином, показники порівняльного балансу можна розділити на три групи: показники структури балансу; показники динаміки балансу; показники структурної динаміки балансу.

Поглиблюючи аналіз наявності майна, необхідно оцінити роль активів в управлінському аспекті (табл. 8.4).

Таблиця 8.4

ОЦІНКА СКЛАДУ, СТРУКТУРИ І ДИНАМІКИ МАЙНА ПІДПРИЄМСТВА ЗА УПРАВЛІНСЬКИМ АСПЕКТОМ

Форма активів	2010 р.		2011 р.		Відхилення	
	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %
Виробнича	8891,0	68,7	9807,0	86,3	915,0	17,6
Товарна	434,0	5,4	375,0	5,8	-59,0	-0,4
Розрахунково-грошова	3360,0	25,9	899,0	7,9	-2461,0	-18,0
Разом	12929	100,0	11358	100,0	-1571,0	-

За даними табл. 8.4 можна зробити висновок, що 86,3% активів підприємства забезпечують процес операційної діяльності і формують його виробничий потенціал, товарну форму має 5,8 % активів, розрахунково-грошову — 7,9% активів.

При аналізі майна підприємства також детально досліджуються причини збільшення залишків оборотних активів і можливості активізації їх руху. Отже, аналіз структури оборотних активів повинен бути націлений не на констатацію процесів, що відбуваються, а на вивчення можливостей підприємства ефективно працювати на умовах самофінансування.

Зміни, що відбулися в складі структури майна, показують, як розвивається підприємство, наскільки збільшується обсяг основних і оборотних засобів.

Дослідження традиційних напрямів аналізу стану майна підприємства дозволило провести їх групування як:

І. Застосування основних показників майнового стану;

ІІ. Аналіз складу і динаміки необоротних активів;

ІІІ. Аналіз складу і динаміки мобільних (оборотних) активів.

І. Так, одним із етапів аналізу майна підприємства є розрахунок і аналіз основних показників майнового стану.

У практиці використовується наступна, система показників:

1. Сума засобів, що знаходиться у розпорядженні підприємства, до яких відноситься підсумок балансу підприємства на початок та кінець звітного року;

2. Частка основних засобів ($Ч_{оз}$) у активах визначається як:

$$Ч_{оз} = \frac{ОЗ}{А}; \tag{8.1}$$

де *ОЗ* — основні засоби підприємства, тис. грн.;

А — активи підприємства, тис. грн.

3. Частка активної частини основних засобів ($Ч_{Аоз}$) визначається:

$$Ч_{Аоз} = \frac{А_{оз}}{ОЗ}; \tag{8.2}$$

де *Аоз* — вартість активної частини основних засобів, тис. грн.

1. Коефіцієнт зносу основних засобів (*Кзоз*) розраховується:

$$К_{зоз} = \frac{З}{ОЗ}; \tag{8.3}$$

де *З* — знос, тис. грн.;

ОЗ — основні засоби підприємства за первісною вартістю, тис. грн.

Збільшення коефіцієнту свідчить про погіршення стану матеріально-технічного стану підприємства.

2. Коефіцієнт відновлення (*Кв*) визначається:

$$К_{в} = \frac{ОЗн}{ОЗ_{к}}; \tag{8.4}$$

де *ОЗн* — балансова вартість основних засобів, що надійшли за період, тис. грн.;

ОЗк — основні засоби підприємства за балансовою вартістю на кінець періоду, тис. грн.

Коефіцієнт показує, яку частину від наявних на кінець звітного періоду основних засобів складають нові.

3. Коефіцієнт вибуття (*Квиб*) визначається:

$$K_{виб} = \frac{ОЗв}{ОЗ_п}; \qquad (8.5)$$

де *ОЗв* — балансова вартість основних засобів, що вибули за період, тис. грн.;

ОЗп — основні засоби підприємства за балансовою вартістю на початок періоду, тис. грн.

Коефіцієнт показує, яка частина основних засобів вибула у звітному періоді.

Реалізація II і III етапів передбачає оцінку структури і динаміки необоротних і оборотних активів за даними Балансу.

Аналіз здійснюється за аналогією методики горизонтального і вертикального аналізу активів, наведеної раніше. Але зазначимо, що такий підхід не дає повної оцінки стану майна підприємства. Вважаємо, що його потрібно доповнити ринковими методами оцінки, які базуються на аналізі вартості бізнесу.

У процесі визначення вартості бізнесу об'єктом оцінки виступає діяльність, що здійснюється на основі функціонування майнового комплексу підприємства та має на меті отримання прибутку.

До складу майнового комплексу підприємства входять усі види майна, призначеного для реалізації його цілей, для здійснення основної діяльності, для одержання прибутку, а саме: нерухомість, машини, обладнання, транспортні засоби, інвентар, сировина, продукція, майнові зобов'язання, цінні папери, нематеріальні активи. При цьому елементи майнового комплексу взаємодіють у процесі реалізації цілей діяльності підприємства за допомогою використання кадрів, які також мають свою вартість. Тому відмінною рисою бізнесу, як об'єкта оцінки, є необхідність урахування поряд із вартістю складових майнового потенціалу вартості, що створюється за рахунок ефекту їх взаємодії.

Крім того, під час оцінки майна діючого підприємства, з метою визначення його ринкової вартості, типово мотивованого покупця будуть цікавити не стільки активи, скільки той доход, який приносять і можуть принести в майбутньому ці активи. Це безпосередньо пов'язано з необхідністю проведення всебічного аналізу стану та перспектив розвитку зовнішнього середовища на державному, галузевому та регіональному

рівнях, а також результатів діяльності та прогнозів розвитку самого підприємства за всіма напрямками.

Особливості бізнесу, як об'єкта оцінки, зумовлюють той факт, що методи його оцінки за своїм складом і змістом різноманітніші та складніші порівняно з методами оцінки елементів майнового стану, хоча і поєднуються в три традиційних підходи:

- доходний;
- порівняльний (ринковий);
- майновий (витратний, підхід з погляду акумуляції активів).

Доходний підхід заснований на очікуваннях власника щодо майбутніх вигод від володіння бізнесом. Його сутність полягає в прогнозуванні майбутніх доходів підприємства на один або кілька років з наступним перетворенням цих доходів у поточну вартість підприємства. Основні проблеми, пов'язані з застосуванням цього підходу, полягають у реалістичності прогнозів і адекватності ставки дисконту ризику, пов'язаному з оцінюваним бізнесом.

Порівняльний (ринковий) підхід заснований на тому, що аналогічні підприємства повинні продаватися за подібними цінами. Як і під час оцінки елементів майна, основною проблемою застосування цього методу в процесі оцінки вартості бізнесу є якісний вибір повної та достовірної інформації про об'єкти порівняння, що в сучасних вітчизняних умовах господарювання далеко не завжди можливо.

Майновий підхід заснований на уявленні про підприємство як цілісний майновий комплекс, вартість якого визначається вартістю всіх його активів, оцінених окремо, за винятком зобов'язань. Він не може застосовуватися як єдино можливий, оскільки вимагає значних коректувань вартості всіх балансових статей активів підприємства, не враховує ефективності їх використання і залишає поза увагою синергитичний ефект від їх взаємодії.

Більш докладно зупинимося на розгляді майнового підходу.

Майновий підхід до оцінки вартості бізнесу заснований на визначенні суми витрат ресурсів на його відтворення або заміщення з урахуванням факторів фізичного та морального зносу. Цей підхід найбільш ефективний, коли покупець збирається порівняти витрати на придбання бізнесу з витратами на створення аналогічного підприємства.

В основі методів цієї групи лежить передісторія розвитку об'єкта та поточні дані про діяльність підприємства. При цьому вважається, що інвестор не повинен сплачувати за об'єкт більше коштів, ніж сума, що потрібна для його відтворення. Суть методів майнового підходу полягає у визначенні вартості власних або «чистих» активів підприємства, які залишаються в його розпорядженні після виконання всіх зовнішніх зобов'язань.

Даний підхід представлений двома основними методами:

1. методом вартості чистих активів;
2. методом ліквідаційної вартості.

Використання того чи іншого методу строго обмежується цілями оцінки. Так, сферами застосування методу чистих активів є:

— оцінка підприємств, основна діяльність яких спрямована на досягнення соціального ефекту;

— купівля-продаж підприємств зі значною часткою матеріальних і фінансових активів у структурі майна;

— страхування, оподатковування майна підприємства;

— підвищення ефективності поточного управління підприємством;

— визначення кредитоспроможності;

— оцінка вартості нового підприємства, яке не має історії господарської діяльності.

Сутність методу складається у визначенні різниці між сумами вартості всіх активів підприємства та всіх зобов'язань. Базова формула для розрахунку чистих активів (*ЧА*) має вид:

$$ЧА = А - З; \tag{8.6}$$

де *ЧА* — вартість чистих активів підприємства;

А — сума всіх активів;

З — сума всіх зобов'язань.

Відповідно до діючої методики оцінки вартості майна вихідна формула трансформується таким чином:

$$ЧА = (Н + О + М) - (В + Д + П); \tag{8.7}$$

де *Н* — вартість необоротних активів;

О — вартість оборотних активів;

М — вартість витрат майбутнього періоду;

В — вартість забезпечення наступних витрат і платежів;

Д — вартість довгострокових зобов'язань;

П — вартість поточних зобов'язань.

Слід зазначити, що такий підхід доцільний тільки у випадку визначення нижньої межі можливої ціни підприємства, тому що припускає бухгалтерську оцінку величини майна підприємства, що рідко збігається з ринковими оцінками.

Через те, що балансова вартість майна підприємства в умовах інфляційної економіки не дає реальної оцінки його величини, у світовій і вітчизняній практиці оцінки бізнесу застосовують метод чистих скоригованих активів. У цьому випадку базова формула методики чистих активів здобуває наступний вигляд:

$$ЧА^* = А^* - З^*; \quad (8.8)$$

де $ЧА^*$ — скориговані чисті активи;

$А^*$ — скориговані активи;

$З^*$ — скориговані зобов'язання.

Поняття скоригованих (або реальних) чистих активів засноване на ремісії, що виникає в результаті бухгалтерських принципів оцінки, застосовуваних до активів підприємства.

Вартість, отриману в результаті застосування принципів історичної вартості (оцінка за собівартістю), або індексовану історичну вартість (із урахуванням переоцінки активів) замінюють залежно від мети й умов оцінки на вартість заміщення або споживчу вартість. У результаті виникає зменшення або збільшення вартості бухгалтерських активів і, як наслідок, необхідність їх коригування.

Коригування статей балансу з метою оцінки вартості підприємства ведеться у двох напрямках:

1) інфляційне коригування;

2) нормалізація бухгалтерської звітності.

Майновий стан підприємства багато в чому залежить *джерел його формування.*

Джерела формування майна підприємства підрозділяються:

— за правами власності: на власний капітал і позиковий (зобов'язання);

— по тривалості використання: довгостроковий (власний капітал і довгострокові зобов'язання) і короткостроковий (наступні витрати і платежі, поточні зобов'язання, доходи майбутніх періодів).

Власний капітал є основою незалежності підприємства, необхідність у ньому обумовлена вимогами самофінансування підприємств. Проте, потрібно враховувати, що фінансування діяльності підприємств тільки за рахунок власних коштів не завжди вигідно для нього, особливо в тих випадках коли:

— виробництво носить сезонний характер, тоді в окремі періоди будуть накопичуватися великі кошти на рахунках у банку, а в інші періоди їх буде бракувати;

— ціни на кредитні ресурси нижче, ніж рівень віддачі на вкладений капітал, тоді, привертаючи позикові кошти, підприємство може підвищити рентабельність власного капіталу.

Разом з тим, якщо кошти підприємства створені в основному за рахунок короткострокових зобов'язань, то його фінансовий стан буде нестійким. Тому з капіталами короткострокового використання необхідна

постійна оперативна робота, спрямована на контроль за їх своєчасним поверненням і залученням в оборот на нетривалий час інших капіталів.

У процесі аналізу джерел формування майна підприємства, у першу чергу, варто вивчити зміни в їхньому складі, структурі і дати їм оцінку, як показано на прикладі табл. 8.5.

Таблиця 8.5

АНАЛІЗ СКЛАДУ, СТРУКТУРИ І ДИНАМІКИ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ МАЙНА ЗАТ «ПРОДМАШ» ЗА 2010—2011 рр.

Джерела майна	Абсолютні величини, тис. грн.		Структура, %		Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відхилення в структурі, %	Темпи зростання, %
	2010 р.	2011 р.	2010 р.	2011 р.			
І. Власний капітал							
Статутний капітал	9428	9428	50,8	56,2	-	+5,4	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-4157	-4369	-	-	+212,0	-	105,1
Всього за розділом І	5271	5059	28,4	30,2	-212,0	+1,8	95,9
ІІ. Забезпечення наступних витрат і платежів	5271	5059	28,4	30,2	-212,0	+1,8	95,9
ІІІ. Довгострокові зобов'язання	5634	7825	30,3	46,7	+2191,0	+16,4	138,9
IV. Поточні зобов'язання							
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	2714	201	14,6	1,2	-2513,0	-13,4	7,4
Поточні зобов'язання за розрахунками	2705	1528	14,6	9,1	-1177,0	-5,5	56,5
Всього за розділом IV	7427	3658	40,1	21,8	-3769,0	-18,3	49,3
Баланс	18538	16771	100,0	100,0	-1767,0	-	90,5

Алгоритм розрахунку внесків чинників (спосіб абсолютних різниць):

екстенсивного — $(В_2 – В_1) \times рв_1$, (8.9)

інтенсивного — $(рв_2 – рв_1.) \times В_2$. (8.10)

Власний капітал підприємства має тенденцію до зменшення: в 2011 р. він зменшився на 4,1% в порівнянні з 2010 р. Це відбулося за рахунок росту непокритого збитку підприємства на 212,0 тис. грн.

У 2011 р. у порівнянні з 2010 р. значно виросли довгострокові зобов'язання підприємства (на 2191,0 тис. грн., або на 38,9%). Це свідчить про те, що підприємство стало більш активно залучати довгострокові

кредити банків або інвестиційні ресурси на збільшення свого майна для розширення основної діяльності.

Поточні зобов'язання підприємства знизилися практично вдвічі, на 3769,0 тис. грн. (на 51,7%), що є позитивною тенденцією його розвитку і свідчить про зниження рівня фінансової залежності підприємства.

Позикові кошти підприємства складаються з кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги та поточних зобов'язань за розрахунками. Їх питома вага в загальний сумі пасивів складає в 2011 році 21,8%, тоді як власного капіталу — 30,2%.

8.3. Оцінка ефективності використання майна та оптимальності структури капіталу підприємства

Ефективність використання майна підприємства характеризується часткою інтенсивних (ресурсовіддача) і екстенсивних (збільшенням розміру майна) чинників у збільшенні виручки від реалізації продукції (табл. 8.6).

Таблиця 8.6

ВХІДНІ ДАНІ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ЧАСТКИ ІНТЕНСИВНИХ ТА ЕКСТЕНСИВНИХ ЧИННИКІВ У ЗБІЛЬШЕННІ ВИРУЧКИ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

№	Показник	Період			
		2010 р.		2011 р.	
		ум. зн.	факт.	ум. зн.	факт.
1	Середньорічний підсумок балансу, тис. грн.	B_1	18538,0	B_2	16771,0
2	Виручка від реалізації, тис. грн.	P_1	8542,0	P_2	6091,0
3	Ресурсовіддача (р.2: р.1)	$рв_1$	0,463	$рв_2$	0,36

Розраховують результат зміни виручки від реалізації, внесок екстенсивного чинника і внесок інтенсивного, визначаючи, наскільки підприємство збільшувало обсяги реалізації переважно завдяки збільшенню активів (майна).

За фактичними даними підприємства:

вплив екстенсивного фактора склав:

$$(16771,0 – 18538,0) \times 0,463 = – 818,12 \text{ (тис. грн.)};$$

вплив інтенсивного:

$$(0,36 – 0,463) \times 16771,0 = – 1722,88 \text{ (тис. грн.)}.$$

Перевірка: – 818,12 – 1722,88 = – 2541,0 (тис. грн.).
6091,0 – 8542,0 = – 2541,0 (тис. грн.).

Тобто розрахунки виконані правильно.

У даному випадку спостерігається від'ємний вплив як екстенсивних так і інтенсивних факторів на зміну виручки від реалізації. Цей факт може бути поясненим зниженням вартості майна підприємства і його ресурсовіддачі.

У сучасний період перспективним напрямком при аналізі ефективності фінансування і використання майна підприємства є застосування матричного балансу.

Матрична модель — це прямокутна таблиця, елементи (клітинки) якої відображають взаємозв'язок об'єктів. Баланс підприємства подається як матриця, рядки якої — статті активу (майно), графи — статті пасиву (джерела коштів). Розмірність матриці може повністю відповідати кількості статей активу і пасиву балансу, але досить обмежитися кількістю статей агрегованого балансу як 10 / 10. Істотним є поділ балансу на чотири квадрати (табл. 8.7)

Таблиця 8.7

КВАДРАТИ МАТРИЧНОГО БАЛАНСУ

Активи	Пасив
1.Необоротні	1.Власний капітал
2.Оборотні	2. Зобов'язання

Можна складати матричні баланси: на початок і кінець періоду; на кінець періоду; різницевий матричний баланс; баланс руху коштів. Перші два баланси статичні і відображають зміни у структурі майна та коштів підприємства. Для перших трьох балансів матрична модель складається в чотири етапи:

1. Вимір розміру матриці;
2. Заповнення підсумкових рядків та граф відповідно до балансу, тобто заповнення «периметра» матриці;
3. Послідовний, починаючи з першого рядка активу балансу, вибір джерел коштів;
4. Перевірка всіх балансових підсумків по вертикалі та горизонталі матриці.

Особливим є третій етап складання матриці. Тут слід урахувати сукупність фінансових прав і повноважень підприємства, економічну природу оборотних і необоротних активів, власних та позикових коштів. Варіант вибору коштів стосовно переліку статей агрегованого балансу наведено у табл. 8.8.

Таблиця 8.8

ПОРІВНЯННЯ СТАТЕЙ АКТИВУ І ПАСИВУ БАЛАНСУ

Стаття активу	Стаття пасиву
Необоротні активи	— статутний капітал; — прибуток; — довгострокові зобов'язання.
Запаси	— статутний капітал; — прибуток; — довгострокові зобов'язання; — кредиторська заборгованість; — короткострокові кредити та позики.
Дебіторська заборгованість	— кредиторська заборгованість; — короткострокові кредити та позики.
Поточні фінансові інвестиції	— прибуток; — кредиторська заборгованість.
Грошові кошти та їх еквіваленти	— прибуток; — кредиторська заборгованість; — кредити і позики.

Джерела вибирають у послідовності, яка наведена у табл. 8.7 у межах залишку коштів. Використання наступного джерела свідчить про певне зниження якості забезпечення коштами. Якщо постає потреба залучати інші джерела (які не ввійшли до наведеного переліку), це свідчить про неефективне використання (іммобілізацію) коштів.

Приклад складання матричного балансу відповідно до викладених умов за даними додатку Б наведений у табл. 8.9. У цій формі подані показники балансу на початок і кінець року (відповідно «чисельник» і «знаменник» клітинки матриці), а також різницевий матричний баланс (нижній правий кут клітинки матриці).

Проаналізувавши матричний баланс, можна виявити як позитивне, так і негативне у майновому стані підприємства.

Позитивне:

— необоротні активи на початок року були сформовані за власні кошти та збільшились за звітний період за рахунок того самого джерела з дефіцитом у 195 тис. грн.;

— оборотні засоби підприємства збільшилися за рахунок довгострокових зобов'язань (що дорівнюють власним коштам підприємства);

— істотно збільшилася вага довгострокових зобов'язань у формуванні запасів підприємства;

— значно знизилась дебіторська заборгованість підприємства;

— все це свідчить про підвищення рівня платоспроможності споживачів продукції підприємства. Наряду з цим спостерігається зниження кредиторської заборгованості підприємства, що є позитивним моментом у його фінансовій діяльності.

Таблиця 8.9

МАТРИЧНИЙ БАЛАНС ПІДПРИЄМСТВА

тис. грн.

Активи	Пасиви							Баланс
	Статутний капітал	Прибуток	Власний капітал	Довгострокові зобов'язання	Кредиторська заборгованість	Інші поточні зобов'язання	Позиковий капітал	
Необоротні	5608/5413 (-195)	-	5608/5413 (-195)					5608/5413 (-195)
Запаси				5634/7825 (+2191)	2714/201 (-2513)	977/2156 (+1179)	9325/10182 (+857)	9325/10182 (+857)
Дебіторська заборгованість						3317/891 (-2426)	3317/891 (-2426)	3317/891 (-2426)
Грошові кошти і їх еквіваленти						43/8 (-35)	43/8(-35)	43/8 (-35)
Інші оборотні активи						244/277 (+33)	244/277 (+33)	244/277 (+33)
Оборотні активи разом				5634/7825 (+2191)	2714/201 (-2513)	4581/3332 (-1249)	12929/11358 (-1571)	12929/11358 (-1571)
Баланс	5608/5413 (-195)	-	5608/5413 (-195)	5634/7825 (+2191)	2714/201 (-2513)	4581/3332 (-1249)	12929/11358 (-1571)	18538/16771 (-1767)

Негативне: за звітний період спостерігається збиткова робота підприємства. Як і у минулому періоді збитки було покрито за рахунок власного капіталу підприємства.

До основних напрямів аналізу ефективності фінансування і використання майна підприємства відносяться:

1. Аналіз ефективності використання основних засобів підприємства — детально було розглянуто у § 6.3.

Ефективність використання основних засобів характеризують показники: фондовіддачі, фондомісткості, фондоозброєність й фондорентабельності. У процесі аналізу вивчають їх динаміку, проводять факторний аналіз впливу основних чинників на їх величину.

2. Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів.

Для аналізу ефективності використання матеріалів, аналітиком використовуються такі узагальнюючі показники, як матеріаловіддача та зворотний йому показник — матеріаломісткість.

Матеріаловіддача (*Мв*) — відношення обсягу випущеної продукції до загальної суми матеріальних витрат:

$$Мв = \frac{Обсяг\ \ випущеної\ \ продукції}{Загальна\ сума\ \ матеріальних\ \ витрат} = \frac{В}{МВ}. \qquad (8.11)$$

Матеріалоємність (*Мє*) — відношення загальної суми матеріальних витрат до обсягу випущеної продукції:

$$Мє = \frac{Загальна\ сума\ \ матеріальних\ \ витрат}{Обсяг\ \ випущеної\ \ продукції} = \frac{МВ}{В}. \qquad (8.12)$$

Залежно від потреб аналізу вказані показники (формули 8.11 та 8.12) можна розрахувати як у цілому по продукції, так і по окремих виробах. У процесі аналізу досліджується їх динаміка, проводиться порівняльний аналіз показників суб'єкта господарювання з показниками підприємств — конкурентів. Із метою прийняття управлінських рішень щодо матеріальних ресурсів відпрацьовуються заходи для більш ефективного їх використання та економії. У процесі аналізу можуть використовуватись і допоміжні показники: рівень відходів і браку продукції, коефіцієнт корисного використання сировини, норми витрат матеріалів, палива, енергії на окремі вироби тощо.

Оптимальність структури капіталу можна визначити шляхом проведення аналізу фінансового левериджу.

Фінансовий левередж — потенційна можливість впливати на чистий прибуток підприємства шляхом зміни обсягу і структури пасивів.

Для оцінки рівня фінансового левериджу ($P_{фл}$) використовують такі способи розрахунку:

1) $$P_{фл} = T_{чп} / T_{по}; \qquad (8.13)$$

де $T_{чп}$ — темп зміни чистого прибутку, %;

$T_{по}$ — темп зміни прибутку від операційної діяльності, %.

Дана інтерпретація формули дозволяє визначити на скільки процентних пунктів зміниться чистий прибуток при зміні прибутку від операційної діяльності на 1 процентний пункт.

2) $$P_{фл} = \frac{П_{од}}{П_{од} - Пр_к};$$ (8.14)

де $П_{од}$ — прибуток від операційної діяльності, грн.;

$Пр_к$ — проценти за кредити, отримані підприємством, грн.

Коефіцієнт $P_{фл}$ показує, у скільки разів прибуток від операційної діяльності перевищує оподатковуваний прибуток. Нижньою межею коефіцієнта є одиниця.

Зростання відносного обсягу залучених підприємством позикових коштів збільшує рівень фінансового левериджу і нелінійність зв'язку між чистим прибутком і прибутком від операційної діяльності: незначна зміна (зростання або зменшення) прибутку від операційної діяльності в умовах високого фінансового левериджу може призвести до значної зміни чистого прибутку. Тому з категорією фінансового левериджу тісно пов'язане поняття фінансового ризику.

3) $$P_{фл} = (1 - C_{пп}) \cdot (ЕР - ПС_к) \cdot ПК / ВК,$$ (8.15)

де $C_{пп}$ — ставка податку на прибуток, долі од.;

$ЕР$ — економічна рентабельність (відношення прибутку від операційної діяльності до середньої вартості активів), %;

$ПС_к$ — середньозважена процентна ставка за кредитами, отриманими підприємством, %;

ПК — позиковий капітал підприємства, грн.;

ВК — власний капітал підприємства, грн.

Аналіз фінансового левериджу базується на наступних міркуваннях: при використанні тільки власних коштів фінансовий леверидж дорівнює нулю; чим більшу заборгованість порівняно до власного капіталу має підприємство, тим вищий його фінансовий леверидж; якщо економічна рентабельність перевищує процент за кредит, леверидж є позитивним, у противному випадку — нульовим або негативним. Розрахункове значення ефекту фінансового левериджу *(* $P_{фл}$ *)* обумовлюється дією наступних чинників: податковим коректором $(1 - C_{пп})$, розміром диференціалу фінансового левериджу ($ЕР - ПС_к$), коефіцієнтом фінансового левериджу $ПК / ВК$. Зростання рівня фінансового левериджу має подвійний вплив на підприємство: збільшує фінансовий ризик, але підвищує рентабельність власного капіталу підприємства.

Розглянутий підхід є загальноприйнятим, але має певні вади, які обмежують його застосування на практиці: відсутнє розділення позикового капіталу на довгостроковий і короткостроковий; з розгляду упускається внутрішня структура власних і позикових пасивів; власний капітал компанії визначається безкоштовним і в розрахунок не береться; не враховується інфляція. Для подолання існуючих недоліків пропонується такий підхід:

4) $$P_{фл} = (EP \cdot (1 - C_{пп}) - \frac{WACC}{1 + I}) \cdot \frac{ПК}{ВК} \cdot \frac{I \cdot ПК}{(1 + I) \cdot ВК}; \qquad (8.16)$$

де I — рівень інфляції, долі од.;

WACC — середньозважена вартість капіталу, %.

$$WACC = \sum_{i=1}^{n} k_i \cdot d_i, \qquad (8.17)$$

де k_i — вартість i-ого джерела капіталу, %;

d_i — питома вага i-ого джерела капіталу у його загальній сумі.

Запропонована методика дозволяє враховувати вартість залучення всіх джерел фінансування діяльності компанії, зокрема власних; внутрішню структуру власних і позикових довгострокових пасивів, що дає можливість врахування дивідендної політики; а також проведення аналізу значень показників як в статиці, так і в динаміці шляхом завдання очікуваної величини їх значення (наприклад, з використанням моделі постійного зростання тощо).

8.4. Аналіз доходів, витрат та фінансових результатів роботи підприємства

Аналіз доходів та витрат підприємства має велике значення в системі загальної оцінки роботи суб'єкта господарювання. Це пов'язано з тим, що доходи та витрати мають безпосередній вплив на загальний фінансовий результат діяльності підприємства, який може мати як позитивний, так і негативний характер.

Значення аналізу доходів та витрат підприємства полягає в обґрунтуванні шляхів збільшення доходів та скорочення витрат підприємства.

Задачами аналізу доходів і витрат підприємства є:

— оцінка виконання плану, динаміки та структури доходів та витрат підприємства;

— оцінка впливу факторів на доходи підприємства;

— оцінка впливу факторів на витрати підприємства;

— визначення впливу факторів на прибуток підприємства від фінансової, інвестиційної та надзвичайної діяльності;

— пошук резервів збільшення доходів та зменшення витрат підприємства;

— обгрунтування та розробка заходів щодо використання виявлених резервів.

На підприємстві використовуються такі показники доходів і витрат підприємства: доходи від реалізації продукції; доходи від інших операцій; доходи від надзвичайних операцій; адміністративні витрати; витрати на збут; фінансові витрати; витрати від участі в капіталі.

Стаття «Доходи (виручка) від реалізації» формується від реалізації готової продукції, товарів, робіт і послуг, доходів від страхової діяльності, тощо. Тут також відображаються суми знижок, наданих покупцям.

Аналіз названих доходів можна проводити як за видами (групами) продукції, товарів, робіт, послуг, так і за видами організацій збуту.

Крім доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), підприємство може мати також інший дохід від операційної діяльності.

До інших операційних доходів належать: доходи від реалізації іноземної валюти, інших оборотних активів (крім фінансових інвестицій); від операційної оренди активів; від операційної курсової різниці за операціями в іноземній валюті, суми штрафів, пені, неустойок та інших санкцій за порушення господарських договорів, які одержано від боржників, або коли є рішення суду, арбітражного суду про їх стягнення; доходи від списання кредиторської заборгованості, щодо якої минув строк позовної давності; відшкодування раніше списаних активів (надходження боргів, списаних як безнадійні); суми одержаних грантів і субсидій, інші доходи від операційної діяльності.

Статтю «Доходи від участі в капіталі» призначено для узагальнення інформації про доходи від інвестицій, здійснених в асоційовані, дочірні або спільні підприємства.

До статті «Інші фінансові доходи» входять доходи, які виникають у ході фінансової діяльності підприємства, зокрема дивіденди, відсотки тощо.

Інші доходи від звичайної діяльності формуються з доходів від реалізації фінансових інвестицій, реалізації необоротних активів, майнових комплексів, неопераційної курсової різниці, безоплатно одержаних активів.

Стаття «Надзвичайні доходи» використовується для відображення доходів, які виникли внаслідок надзвичайних подій (стихійні лиха, пожежі, техногенні аварії і т. д.).

На витратних статтях звітності відображаються:

на статті «Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)» — виробнича собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг), або собівартість реалізованої продукції;

на статті «Адміністративні витрати» — загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням і обслуговуванням підприємства;

на статті «Витрати на збут» — витрати підприємства, пов'язані з реалізацією продукції (товарів), витрати на утримання підрозділів, які займаються збутом продукції (товарів), на рекламу, доставку продукції споживачам;

на статті «Інші операційні витрати» — собівартість реалізованих виробничих запасів, безнадійні борги і збитки від знецінення запасів; збитки від операційних курсових різниць;

на статті «Фінансові витрати» — виплата відсотків та інші витрати підприємства, пов'язані із залученням позичкового капіталу;

на статті «Втрати від участі в капіталі» — збитки від інвестицій;

на статті «Інші витрати в операційній діяльності» — собівартість реалізації фінансових інвестицій, необоротних активів, майнових комплексів, збитки від неопераційних курсових різниць, збитки від уцінки фінансових інвестицій;

на статті «Надзвичайні витрати» — збитки від надзвичайних подій (стихійного лиха, пожеж, техногенних аварій).

Аналіз виконання плану, динаміки та структури доходів ($Д$) та витрат ($В$) підприємства відбувається за наступною *системою показників*:

1. Абсолютне відхилення від планових показників:

$$\Delta Д = Д_ф - Д_п ; \tag{8.18}$$

$$\Delta В = В_ф - В_п , \tag{8.19}$$

де $Д_ф, Д_п$ — доходи фактичні та планові відповідно;

$В_ф$, $В_п$ — витрати фактичні та планові відповідно.

2. Рівень виконання ($\%вп$) плану доходів та кошторису витрат:

$$\%вп_{ІД} = \frac{Д_ф}{Д_п} \times 100\% ; \tag{8.20}$$

$$\%вп_{ІВ} = \frac{В_ф}{В_п} \times 100\% . \tag{8.21}$$

3. Абсолютна зміна доходів та витрат підприємства:

$$\Delta Д = Д_з - Д_б ; \tag{8.22}$$

$$\Delta В = В_з - В_б , \tag{8.23}$$

де $Д_з$, $Д_б$ — доходи звітного та базисного періоду відповідно;
$В_з$, $В_б$ — витрати звітного та базисного періоду відповідно.

4. Темп росту (*ТР*) доходів та витрат підприємства:

$$ТР_Д = \frac{Д_{з1}}{Д_б} \times 100\%; \quad (8.24)$$

$$ТР_В = \frac{В_з}{В_б} \times 100\% \ . \quad (8.25)$$

5. Темп приросту (*ТП*) доходів і витрат підприємства:

$$ТП_Д = \frac{Д_з - Д_б}{Д_б} \times 100\%; \quad (8.26)$$

$$ТП_В = \frac{В_з - В_б}{В_б} \times 100\%. \quad (8.27)$$

6. Структура доходів і витрат (*d*) підприємства:

$$d_i = \frac{Д_i}{Д}; \quad (8.28)$$

$$d_i = \frac{В_i}{В}, \quad (8.29)$$

де $Д_i$ — сума доходів підприємства *і-го* виду;
$В_i$ — сума витрат підприємства *і-го* виду.

Структуру доходів умовно показано в табл. 8.10.

Отримані у процесі аналізу дані про динаміку і структуру доходів ЗАТ «Продмаш» за 2010 — 2011 р.р. свідчать про те, що у цілому загальна сума доходів підприємства знизилась на 3116,0 тис. грн. і склала 78,3 %. Це є негативним моментом у діяльності досліджуваного підприємства. Найбільшу питому вагу у структурі доходів як у 2010 р., так і у 2011 р. займає чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) — 52,0% і 51,2% відповідно.

У цілому за досліджуваний період на підприємстві не було отримано доходів від звичайної діяльності, що показало від'ємний результат у сумі 1069,0 тис. грн. У той же час, за аналізований період підприємство отримало інші фінансові доходи у сумі 803,0 тис. грн.

Таким чином, підприємству слід приділяти більш пильну увагу процесу формування власних доходів та розробити якісну стратегію щодо управління ними. Такі заходи нададуть можливості підвищити рівень доходів підприємства у перспективі.

Таблиця 8.10

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ І СТРУКТУРИ ДОХОДІВ ЗАТ «ПРОДМАШ» ЗА 2010—2011 рр.

Показник	2010 р.		2011 р.		Абсолютне відхилення (+,-)	Темп зростання, %
	сума, тис. грн.	питома вага, %	сума, тис. грн.	питома вага, %		
Дохід (виручка) від реалізації продукції	8542,0	-	6091,0	-	-2451,0	71,3
у т.ч. чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	7484,0	52,0	5752,0	51,2	-1732,0	76,8
Інші операційні доходи	5787,0	40,4	4669,0	41,6	-1118,0	80,7
Дохід від участі в капіталі	-		-			
Інші фінансові доходи	-		803,0		+803,0	100,0
Інші доходи від звичайної діяльності	1069,0	7,6		7,2	-1069,0	-
Надзвичайні доходи	-		-		-	-
Усього доходів	14340,0	100	11224,0	100	-3116,0	78,3

Динаміку і структуру витрат показано в табл. 8.11.

Таблиця 8.11

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ І СТРУКТУРИ ВИТРАТ ЗАТ «ПРОДМАШ» ЗА 2010—2011 рр.

Показник	2010 р.		2011 р.		Абсолютне відхилення (+,-)	Темп зростання, %
	сума, тис. грн.	питома вага, %	сума, тис. грн.	питома вага, %		
Адміністративні витрати	2812,0	31,9	2576,0	32,7	-236,0	91,6
Витрати на збут	352,0	4,1	308,0	3,9	-44,0	87,5
Інші операційні витрати	5638,0	64,0	950,0	50,0	-1688,0	70,0
Фінансові витрати	-	-	101,0	1,2	+101,0	100,0
Інші витрати	-	-	962,0	12,2	+962,0	100,0
Усього доходів	8802,0	100	7897,0	100	-905,0	89,7

Дані, представлені у табл. 8.11 свідчать про те, що за період 2010 — 2011 р.р. витрати ЗАТ «Продмаш» у цілому знизились на 905,0 тис. грн. і склали 89,7%. Це є позитивним моментом у діяльності підприємства. У той же час, у даному аспекті присутні і негативні наслідки зниження загального обсягу об'єму реалізації продукції, які і призвели до зниження витрат на збут на 44,0 тис. грн., а також зниження інших операційних витрат на 1688,0 тис. грн. При цьому, інші операційні витрати займають найбільшу питому вагу у структурі загальних витрат підприємства: 64,0% у 2010 р. і 50,0 % у 2011 р. Отже, ЗАТ «Продмаш» слід більш ретельно планувати свої доходи і витрати, адже вони є головними елементами формування прибутку підприємства.

Прибуток є найважливішим якісним показником ефективності діяльності підприємства і являє собою форму прибавочного продукту в умовах товарно-грошових відносин.

Саме прибуток в умовах ринкових відносин складає основу економічного розвитку підприємства, забезпечуючи його життєздатність. Він виступає не тільки основним джерелом фінансування діяльності підприємств, але і найважливішою основою формування доходів державного і місцевого бюджетів.

Відповідно до П(С)БО 3 — *прибуток* — це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати.

Для оцінки фінансового результату і ефективності діяльності підприємства використовують систему аналітичних показників прибутку (рис. 8.1):

— *валовий прибуток (збиток)* розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг);

— *прибуток (збиток) від операційної діяльності* визначається як алгебраїчна сума валового прибутку (збитку), іншого операційного доходу, адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат;

— *прибуток (збиток) від звичайної діяльності* до оподаткування визначається як алгебраїчна сума прибутку (збитку) від основної діяльності, фінансових та інших доходів (прибутків), фінансових та інших витрат (збитків);

— *прибуток від звичайної діяльності* визначається як різниця між прибутком від звичайної діяльності до оподаткування та сумою податків з прибутку. Збиток від звичайної діяльності дорівнює збитку від звичайної діяльності до оподаткування та сумі податків на прибуток;

— *чистий прибуток (збиток)* розраховується як алгебраїчна сума прибутку (збитку) від звичайної діяльності та надзвичайного прибутку, надзвичайного збитку та податків з надзвичайного прибутку.

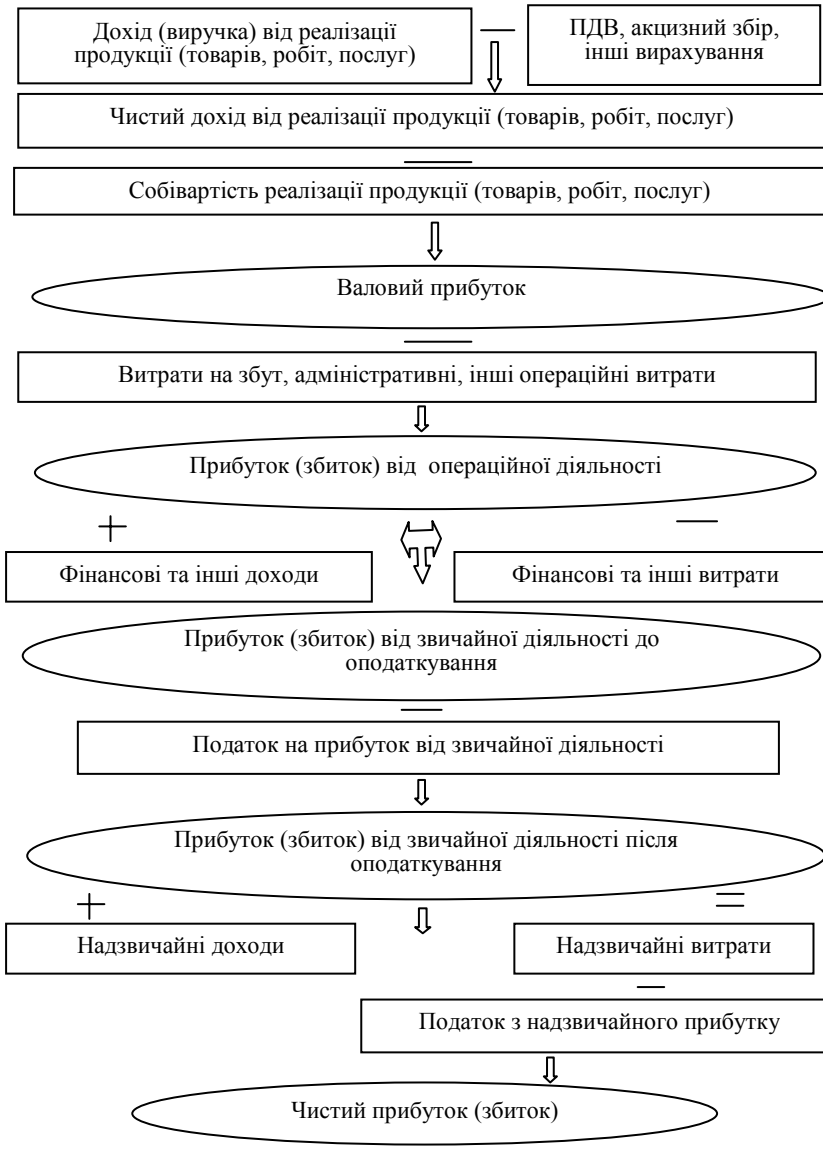

Рис. 8.1. Система показників прибутку підприємств

Значення аналізу фінансових результатів випливає з основних *функцій, які виконує прибуток підприємства:*

— отримання прибутку є вихідним мотивом створення підприємства;

— його розмір визначає рівень віддачі (ефективність) авансованих коштів і прибутковість вкладень в активи підприємства;

— отриманий прибуток виступає індикатором успішності основної діяльності підприємства;

— він є основою прийняття інвестиційних рішень;

— прибуток виступає джерелом самофінансування підприємства і винагороди власникам капіталу.

Для встановлення, оцінки і кількісного виміру причин, що викликали зміну прибутку, оптимізації розміру валового прибутку, виявлення резервів зростання прибутку використовується інструментарій економічного аналізу.

У зростанні прибутку зацікавлені як підприємство, так і держава. Саме тому на кожному підприємстві необхідно систематично аналізувати формування, розподіл та використання прибутку. Цей аналіз має надзвичайно важливе значення і для зовнішніх суб'єктів (місцевих бюджетів, фінансових і податкових органів, банків).

Ціль внутрішнього аналізу фінансових результатів полягає в забезпеченні процесу управління своєчасною і якісною аналітичною інформацією про доходи і витрати, прибутки підприємства. Саме цей вид аналізу грає вирішальну роль у розробці найважливіших питань економічної політики підприємства, дозволяє визначити шляхи максимізації прибутку підприємства.

Ціллю зовнішнього аналізу є оцінка прибутковості роботи підприємства, його життєздатності та ефективності використання капіталу.

Відповідно до цілі, перед аналізом фінансових результатів постають такі *задачі:*

систематичний моніторинг виконання планів одержання прибутку, оцінка їх обґрунтованості;

виявлення факторів формування показників прибутку та розрахунки їхнього впливу;

вивчення складових і оцінка динаміки фінансових результатів;

виявлення резервів збільшення суми прибутку (подолання збитковості — якщо це має місце в діяльності підприємства);

розробка заходів щодо освоєння резервів росту фінансових результатів підприємства в перспективі.

З усього спектра перерахованих задач випливає, що однією з *основних задач аналізу фінансових результатів* є оцінка основної діяльності з погляду максимізації прибутку і виявлення резервів його росту протягом поточного часу або в перспективі.

Формування прибутку від усіх видів діяльності підприємства відображається у формі № 2 «Звіт про фінансові результати». Крім того, у процесі аналізу використовуються дані бухгалтерського обліку: регістри по рахунках класу 7 «Прибутки від реалізації», «Фінансові результати», класу 4 «Прибутку і збитки нерозподілені», класу 9 «Витрати на збут» і ін., первинні документи.

Форма і зміст звіту про фінансові результати визначений П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати». Він є аналогом звіту про прибутки і збитки відповідно до МСБО.

Звіт складається з трьох розділів. По розділу 1 звіту про фінансові результати дотримані усі вимоги МСБО до структури Звіту про прибутки і збитки. Виділено статті, що дозволяють визначити фінансовий результат від звичайної і надзвичайної діяльності, а також у складі звичайної діяльності — від основної та іншої діяльності (фінансової й інвестиційної) (рис. 8.2).

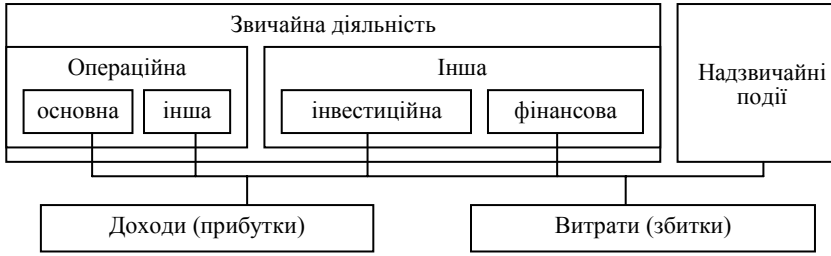

Рис. 8.2. Класифікація прибутків і витрат

Розділ II цього звіту — елементи операційних витрат— дозволяє здійснити необхідний аналіз структури витрат на виробництво, управління, збут і інших операційних витрат по економічних елементах і використовується для упорядкування звіту про рух коштів (при коригуванні суми нерозподіленого прибутку на негрошові статті, зокрема на суму амортизації).

Розділ III звіту про фінансові результати «Розрахунок прибутковості акцій» стосується тільки акціонерних товариств, прості або потенційно прості акції яких відкрито продаються і купуються на фондових біржах, у тому числі таких товариств, що знаходяться в процесі випуску зазначених акцій. Цей розділ відповідає вимогам МСБО 33 «Прибуток на акцію», який заохочує розкриття подібного показника не тільки акціонерними товариствами, пропонуючи конкретну методику визначення прибутковості капіталу.

Факторна модель валового прибутку (ВП) має вигляд:

$$ВП = Д_ч - С_р = Д_р - ПДВ - А - В - С_р, \quad (8.30)$$

де $Д_р$ — дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

$Д_ч$ — чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

$С_р$ — собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

ПДВ — податок на додану вартість;

А — акцизний збір;

В — інші вирахування з доходу (надані знижки, повернення товарів та інші суми, що підлягають вирахуванню з доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

У табл. 8.12 наведено аналіз формування і динаміку валового прибутку підприємства ЗАТ «Продмаш» (додаток Б).

Таблиця 8.12

АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ І ДИНАМІКИ ВАЛОВОГО ПРИБУТКУ ЗАТ «ПРОДМАШ» ЗА 2010—2011 рр.

Показник	2010р.	2011р.	Абсолютний приріст, тис. грн.	Темп росту, %
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	8542	6091	-2451	71,31
Податок на додану вартість, тис. грн.	642	322	-320	50,16
Інші вирахування з доходу, тис. грн.	416	17	-399	4,09
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	7484	5752	-1732	76,86
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	6147	4501	-1646	73,22
Валовий прибуток, тис. грн.	1337	1251	-86	93,57

Валовий прибуток у звітному році становить 1251 тис. грн., що на 86 тис. грн. менше рівня минулого року (93,57%). Це обумовлено як скороченням чистого доходу від реалізації продукції (76,86% рівня минулого року), так і собівартості (73,22%).

Модель (8.18) є адитивною, тому для факторного аналізу використаємо спосіб абсолютних різниць.

$$\Delta ВП = \Delta Д_р - \Delta ПДВ - \Delta А - \Delta В - \Delta С_р \quad (8.31)$$

Для аналізу впливу факторів операційної діяльності на валовий прибуток підприємства можна використати такий алгоритм:

$$ВП = К \cdot (Ц_{од.} - С_{од.ум.зм.}) - В_{ум.пост.} \quad (8.32)$$

де ВП — валовий прибуток, грн.;

К — кількість реалізованої продукції (шт. або інші натуральні одиниці);

$Ц_{од.}$ — оптова ціна одиниці продукції, грн./од.;

$С_{од.ум.зм.}$ — умовно змінні витрати на одиницю продукції, грн./од.

Модель (8.32) є змішаною. Для розрахунку впливу факторів на валовий прибуток слід використати спосіб ланцюгових підстановок.

У табл. 8.13 наведено методику факторного аналізу та її реалізацію для ЗАТ «Продмаш».

Таблиця 8.13

МЕТОДИКА ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ВАЛОВОГО ПРИБУТКУ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЯ ДЛЯ ЗАТ «ПРОДМАШ»

тис. грн.

Показник	Вплив факторів	
	формула	значення
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	$\Delta Д_р$	–2451
Податок на додану вартість	$-\Delta ПДВ$	320
Акцизний збір	$-\Delta А$	
Інші вирахування з доходу	$-\Delta В$	399
Собівартість реалізації продукції	$-\Delta С_р$	1646
Валовий прибуток	$\Delta ВП$	-86

Основний негативний вплив на скорочення валового прибутку мало зменшення доходу від реалізації продукції на 2451 тис. грн. Позитивно вплинули на динаміку валового прибутку скорочення собівартості реалізації продукції (1646 тис. грн.), ПДВ (320 тис. грн.), інших вирахувань із доходу (399 тис. грн.).

Велике значення у сучасний час при дослідженні доходів, витрат та фінансових результатів роботи підприємства займає аналіз беззбитковості діяльності підприємства.

Аналіз беззбитковості підприємства зводиться до визначення мінімального обсягу реалізації продукції (за стабільних умовно постійних витрат), за якого підприємство може, з одного боку, забезпечити беззбиткову операційну діяльність у плановому періоді, з іншого — створити умови для самофінансування підприємства.

Точка беззбитковості характеризує обсяг реалізації продукції, за якого прибуток підприємства дорівнює нулю, тобто виручка від реалізації продукції відповідає валовим витратам на її виробництво та реалізацію. Точку беззбитковості називають також точкою «порогового» прибутку чи точкою рівноваги.

Складовим елементом аналізу точки беззбитковості є розрахунок суми покриття (маржинального прибутку). *Маржинальний прибуток* (МП) — це показник, який характеризує частину виручки, що спрямовується на заміщення умовно постійних витрат і формування валового прибутку:

$$МП = ВП + В_{ум.пост.}, \tag{8.33}$$

де *ВП* — валовий прибуток підприємства;

$В_{ум.пост.}$ — умовно постійні витрати підприємства.

Маржинальний прибуток (МП) також дорівнює різниці між виручкою від реалізації продукції та умовно змінними витратами:

$$МР = ВР – В_{ум.зм.} \tag{8.34}$$

де *ВР* — виручка від реалізації продукції;

$В_{ум.зм.}$ — умовно змінні витрати підприємства.

Система розрахунку суми покриття, яка ґрунтується на простому розподілі витрат на постійні та змінні, визначається системою «direct — costing». Суму покриття можна розраховувати як на весь обсяг реалізації, так і на одиницю продукції. В останньому випадку це різниця між оптовою ціною ($Ц_{од.}$) та умовно змінними витратами на виробництво одиниці продукції ($С_{од.ум.зм.}$).

$$МП_{од.} = Ц_{од.} – С_{од.ум.зм.}, \tag{8.35}$$

де $МП_{од.}$ — маржинальний дохід на одиницю продукції, грн./од.

Проведемо заміну факторів у формулі (3.3), отримаємо

$$ВП = К \cdot МП_{од.} – В_{ум.пост.} \tag{8.36}$$

Основним недоліком системи простого директ-костингу є те, що за її використання сукупні постійні витрати враховуються без розподілу в розрізі окремих їх видів, груп продукції, центрів затрат, структурних підрозділів тощо. У разі виробництва багатьох видів продукції та наявності кількох центрів затрат такий підхід не дає можливості об’єктивно оцінити ефективність виробництва окремих видів продукції.

Першим етапом розрахунку суми покриття є правильний розподіл усіх витрат підприємства (чи витрат на виробництво певного виду продукції) на постійні та змінні.

До *умовно змінних* належать витрати, абсолютна величина яких зростає зі збільшенням обсягу випуску продукції і зменшується з його зниженням. До умовно змінних витрат належать витрати на сировину та матеріали, комплектуючі вироби, напівфабрикати, паливо та енергію, оплату праці працівникам, зайнятим у виробництві продукції, та ряд інших витрат.

Умовно постійні — це витрати, абсолютна величина яких зі збільшенням (зменшенням) випуску продукції істотно не змінюється. До умовно постійних належать витрати, пов'язані з обслуговуванням й управлінням виробничою діяльністю виробничих підрозділів, а також витрати на забезпечення господарських потреб виробництва.

Поряд із витратами, які одразу можна віднести до постійних чи змінних, є види витрат, які частково належать до постійних, частково — до змінних. Це такі загальновиробничі витрати: витрати на управління виробництвом (заробітна плата апарату управління цехами, виробничі відрядження тощо); амортизація основних засобів та нематеріальних активів загальновиробничого призначення; витрати на утримання виробничих приміщень та ряд інших.

До *змінних загальновиробничих витрат* належать витрати на обслуговування й управління виробництвом (цехів, дільниць), що змінюються прямо (або майже прямо) пропорційно до зміни обсягу діяльності. Змінні загальновиробничі витрати розподіляються на кожен об'єкт витрат з використанням обраної бази розподілу (годин праці, заробітної плати, обсягу діяльності, прямих витрат тощо), виходячи з фактичного обсягу виробництва (потужності) звітного (чи планового) періоду.

До *постійних загальновиробничих витрат* належать витрати на обслуговування й управління виробництвом, що залишаються незмінними (або майже незмінними) при зміні обсягу діяльності. Постійні загальновиробничі витрати розподіляються на кожен об'єкт витрат з використанням бази розподілу при нормальній потужності. Нерозподілені постійні загальновиробничі витрати включаються до складу собівартості реалізованої продукції (робіт, послуг) у періоді їх виникнення. Загальна сума розподілених та нерозподілених постійних загальновиробничих витрат не може перевищувати їх фактичну величину.

Перелік і склад змінних і постійних витрат, у т. ч. загальновиробничих, установлюються підприємством.

Наступним етапом розрахунку точки беззбитковості є визначення показника покриття ($П_п$):

$$П_п = 1 - \frac{змінні \quad витрати}{чиста \quad виручка \quad від \quad реалізації}. \qquad (8.37)$$

Виручка від реалізації в точці беззбитковості розраховується як відношення між величиною постійних витрат та показником покриття:

$$ВР = В_{ум.пост.}/П_{п.} \quad (8.38)$$

Для визначення обсягу реалізації у натуральному вигляді, який забезпечить беззбитковість, здійснюють такі розрахунки, припустивши, що у формулі (8.36) ВП = 0:

$$0 = К \cdot (Ц_{од.} – С_{од.ум.зм.}) – В_{ум.пост.}$$

$$К*МП_{од.} = В_{ум.пост.}$$

$$К = В_{ум.пост.}/МП_{од.} \quad (8.39)$$

Обсяг реалізованої продукції у натуральному виразі у точці беззбитковості дорівнює відношенню умовно постійних витрат і маржинального доходу на одиницю продукції.

Об'єктом особливої уваги на будь-якому підприємстві є прибуток від операційної діяльності, тому що його розмір складає основну частину прибутку від звичайної діяльності підприємства.

У процесі аналізу вивчаються динаміка, виконання плану прибутку від операційної діяльності і визначаються чинники, що впливають на зміну його суми. Аналітична оцінка виконання планового завдання і динаміки прибутку від операційної діяльності проводиться для того, щоби визначити, якою мірою підприємство виконало встановлене завдання, на скільки фактичний фінансовий результат відхиляється від заданого і які тенденції розвитку цих показників.

Для аналізу фінансового результату операційної діяльності ($ФР_{од}$) використовують таку модель:

$$ФР_{од} = ВП + ІОД – АВ – ВЗ – ІОВ, \quad (8.40)$$

де *ВП* — валовий прибуток (ф. 2 стр. 050 / 055);

ІОД — інший операційний дохід (ф. 2 стр. 060);

АВ — адміністративні витрати (ф. 2 стр. 070);

ВЗ — витрати на збут (ф. 2 стр. 080);

ІОВ — інші операційні витрати (ф. 2 стр. 090).

У табл. 8.14 наведено аналіз формування і динаміку прибутку від операційної діяльності підприємства ЗАТ «Продмаш».

Підприємство працює збитково, однак у звітному році збитки скоротилися на 764 тис. грн. до рівня 54,47% базового року. Мало місце скорочення як інших операційних доходів, темп росту яких становить 80,68%, так і витрат. Найменшими темпами скоротилися адміністративні витрати (до рівня 91,61% минулого року), найбільшими — інші опе-

операційні витрати (до рівня 70,06%). Модель (8.40) є адитивною, тому для факторного аналізу використаємо спосіб абсолютних різниць.

$$\Delta ФР_{од} = \Delta ВП + \Delta ІОД - \Delta АВ - \Delta ВЗ - \Delta ІОВ, \qquad (8.41)$$

Таблиця 8.14

АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ І ДИНАМІКИ ПРИБУТКУ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАТ «ПРОДМАШ»

Показник	2010 р.	2011 р.	Абсолютний приріст, тис. грн.	Темп росту, %
Валовий прибуток, тис. грн.	1337	1251	-86	93,57
Інші операційні доходи, тис. грн.	5787	4669	-1118	80,68
Адміністративні витрати, тис. грн.	2812	2576	-236	91,61
Витрати на збут тис. грн.,	352	308	-44	87,50
Інші операційні витрати, тис. грн.	5638	3950	-1688	70,06
Фінансові результати від операційної діяльності, тис. грн.	-1678	-914	764	54,47

У табл. 8.15 наведено методику факторного аналізу прибутку від операційної діяльності та її реалізацію для ЗАТ «Продмаш». Основний негативний вплив на скорочення прибутку від операційної діяльності мало зменшення інших операційних доходів на 1118 тис. грн. Позитивно вплинули на динаміку фінансового результату від операційної діяльності скорочення адміністративних витрат на 236 тис. грн., витрат на збут — на 44 тис. грн., інших операційних витрат на 1688 тис. грн. Сукупним результатом дії всіх факторів є скорочення збитків від операційної діяльності на 764 тис. грн.

Таблиця 8.15

МЕТОДИКА ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ПРИБУТКУ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЯ ДЛЯ ЗАТ «ПРОДМАШ»

тис. грн.

Показник	Вплив факторів	
	формула	значення
Валовий прибуток	$\Delta ВП$	–86
Інші операційні доходи	$\Delta ІОД$	–1118
Адміністративні витрати	$-\Delta АВ$	236
Витрати на збут	$-\Delta ВЗ$	44
Інші операційні витрати	$-\Delta ІОВ$	1688
Фінансові результати від операційної діяльності	$\Delta ВП$	764

Щоби постійно забезпечувати зростання прибутку, треба шукати невикористані можливості його збільшення, тобто резерви зростання. Резерви виявляються на стадіях планування та безпосереднього виробництва продукції та її реалізації. Визначення резервів збільшення прибутку базується на науково обґрунтованій методиці розроблення заходів із їх мобілізації.

У процесі виявляння резервів виділяють три етапи:

1) аналітичний — виявлення і кількісна оцінка резервів;

2) організаційний — розробка комплексу інженерно-технічних, організаційних, економічних і соціальних заходів, які мають забезпечити використання виявлених резервів;

3) функціональний — практична реалізація заходів і контроль їх виконання.

Можливими резервами збільшення прибутку є:

— збільшення обсягу випуску продукції (робіт, послуг);

— зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції;

— економія і раціональне використання коштів на оплату праці робітників та службовців;

— запровадження досягнень науково-технічного прогресу, в результаті чого зростає продуктивність праці.

8.5. Аналіз надходження та вибуття грошових коштів підприємства

Успішне фінансування підприємства в ринкових умовах можливо лише за умови здійснення безперервного руху *грошових коштів* — їх находження (притік) і вибуття (відтік), забезпечення наявності постійно вільного залишку на рахунках у банку.

Для оцінки результатів фінансової діяльності підприємств найбільш важливе значення мають три показники:

— доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

— прибуток;

— потік грошових коштів.

Абсолютна величина цих показників і динаміка їх зміни на протязі року характеризує ефективність роботи підприємства. Однак, в умовах хронічних неплатежів у народному господарстві України першорядного значення набуває потік коштів, що надходять підприємству від різних видів діяльності.

Аналіз надходження та вибуття грошових коштів дає можливість вивчити їх динаміку, визначити суму перевищення надходження над вибуттям (оплатою), що дозволяє робити висновки про можливість внутрішнього самофінансування.

Основна мета аналізу надходження та вибуття грошових коштів полягає у виявленні причин дефіциту (надлишку) коштів і визначенні джерел їх надходження й напрямків вибуття для контролю за поточною ліквідністю й платоспроможністю. Платоспроможність і ліквідність підприємства дуже часто залежить від реального грошового обігу у вигляді потоку грошових платежів, відображених на рахунках бухгалтерського обліку. Тому необхідність аналізу надходження та вибуття грошових коштів полягає у тому щоб у значній мірі доповнити методику оцінки платоспроможності й ліквідності підприємства. Це дасть можливість реально оцінити фінансово-економічний стан господарюючого суб'єкта.

Для досягнення цих цілей повинні бути вирішені наступні завдання: розрахунок часу обігу грошових коштів; проведення аналізу надходження та вибуття грошових коштів; прогнозування грошових потоків; визначення оптимального рівня грошових коштів.

Наявність у підприємства грошових коштів нерідко зв'язується з тим, чи є його діяльність прибуткової чи ні. Однак такий зв'язок не завжди очевидний. Події останніх років, коли різко загострилася проблема взаємних неплатежів, надала сумніву абсолютної непорушності зв'язку між прибутком і наявністю у підприємства вільних коштів. Виявляється, підприємство може бути прибутковим за даними бухгалтерського або податкового обліку й одночасно зазнавати труднощів в оборотних коштах. При аналізі фінансового стану підприємства необхідно розрізняти, що прибуток за звітний період і кошти, отримані підприємством протягом звітного періоду, не те й саме. Прибуток виражає приріст авансованої вартості, що характеризує ефективність управління підприємством. Тому, перед керівництвом підприємства виникає важливе завдання — ефективно використовувати грошові кошти, управляти ними.

Значимість такого виду активів, як грошові кошти визначається трьома основними причинами:

— рутинність — кошти використовуються для виконання поточних операцій, оскільки між вхідними й вихідними грошовими потоками завжди є часовий розбіг, тому підприємство змушене постійно тримати вільні кошти на поточному рахунку в банку;

— обережність — діяльність підприємства не носить жорстко визначеного характеру, тому кошти необхідні для виконання непередбачених платежів;

— спекулятивність — кошти необхідні за спекулятивних міркувань, оскільки постійно існує ймовірність того, що зненацька представиться можливість вигідного інвестування.

Разом з тим заморожування фінансових ресурсів у вигляді грошових коштів пов'язане з певними втратами — з деяких доль умовності їх ве-

личину можна оцінити розміром втраченої вигоди від участі у якому-небудь інвестиційному проекті. Тому, будь-яке підприємство повинне враховувати дві взаємно виключаючі обставини: підтримка поточної платоспроможності й одержання додаткового прибутку від інвестування вільних коштів. Таким чином, однієї з основних завдань управління грошовими ресурсами, як відзначалося раніше, є оптимізація їх середнього поточного залишку.

Аналіз надходження та вибуття грошових коштів проводиться за даними звітного періоду. Для того, щоб розкрити реальний рух грошових коштів на підприємстві, оцінити стабільність їх надходження й використання, а також зв'язати величину отриманого фінансового результату зі станом коштів, потрібно провести аналіз надходження й використання коштів у розрізі основної (поточної), інвестиційної, фінансової й іншої діяльності, тобто зробити аналіз показників Звіту про рух грошових коштів.

Перелік джерел інформації для аналізу буде залежати від того, який метод застосовується для оцінки показників Звіту про рух грошових коштів.

У світовій практиці використовуються, як правило, один із двох методів аналізу, відомих як прямій і непрямий методи. Різниця їх складається в різній послідовності визначенні величини потоку коштів у результаті поточної діяльності а саме:

— прямий метод — ґрунтується на вирахуванні надходження (виручка від реалізації продукції, товарів, робіт і послуг, авансів отриманих і ін.) і відтоку (оплата рахунків постачальників, повернення отриманих короткострокових кредитів і позик і ін.) коштів, тобто вихідним елементом є виторг; джерелом інформації є аналітичні дані рахунків бухгалтерського обліку — 30 і 31 класу 3;

— непрямий метод ґрунтується на ідентифікації й обліку операцій, пов'язаних з рухом грошових коштів, і послідовному коректуванні чистого прибутку, тобто вихідним елементом є прибуток.

Форма звіту 3 «Про рух грошових коштів», встановлена П(С)БО 4, у сучасний період передбачає використання прямого методу аналізу. Джерелом інформації для заповнення звітної ф. № 3 «Звіт про рух грошових коштів» є ф. № 1 «Баланс», ф. № 2 «Звіт про фінансові результати», аналітичні дані рахунків бухгалтерського обліку за даними Головної книги.

Характеристика динаміки надходження та вибуття грошових коштів ЗАТ «Продмаш» з використанням ф. № 3 «Звіт про рух грошових коштів» за прямим методом за 2010 — 2011 р.р. за видами діяльності представлені у табл. 8.16—8.18.

Таблиця 8.16

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ НАДХОДЖЕННЯ ТА ВИБУТТЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ У РЕЗУЛЬТАТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАТ «ПРОДМАШ» ЗА 2010—2011 рр.

тис. грн.

№	Показник	2010 р.	2011 р.	Відхилення	
				Абсолютне, тис. грн.	Відносне, %
І. Надходження					
1.1	Надходження від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	7484,0	5752,0	-1732,0	-23,0
1.2	Надходження від покупців і замовників авансів	15,4	29,0	13,6	88,3
1.3	Надходження цільового фінансування	25,0	23,0	-2,0	-8,0
1.4	Інші надходження	13,0	17,0	4,0	30,0
ІІ. Витрачання					
2.1	Витрачання на оплату матеріалів	2670,0	2546,0	-124,0	-6,0
2.2	Витрачання на оплату працівникам	2600,0	2892,0	29,2	11,2
2.3	Витрачання на оплату відрядження	12,0	13,0	1,0	8,0
2.4	Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	620,0	745,0	125,0	20,0
2.5	Витрачання на оплату відрахувань на соціальні заходи	820,0	917,0	97,0	11,9
2.6	Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	315,0	314,0	-1,0	-10,0
2.7	Інші витрачання	1050,0	1141,0	91,0	8,6
3	Чистий рух коштів до надзвичайних подій	550,0	(431,0)	-312,0	-100
4	Чистий рух коштів від операційної діяльності	550,0	(2747,0)	-2197,0	-100

Таблиця 8.17

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ НАДХОДЖЕННЯ ТА ВИБУТТЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ У РЕЗУЛЬТАТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАТ «ПРОДМАШ» ЗА 2010 — 2011 рр.

тис. грн.

№	Показник	2010 р.	2011 р.	Відхилення	
				Абсолютне, тис. грн.	Відносне, %
1	Інші надходження	200,0	783,0	583,0	391,5
2	Придбання необоротних активів	—	213,0	213,0	100
3	Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	200,0	570,0	370,0	285,0

За аналізований період чистий рух надходження та вибуття грошових коштів від операційної діяльності ЗАТ «Продмаш» має від'ємний грошовий потік від операційної діяльності у сумі 2747,0 тис. грн., який знизився на 2197,0 тис. грн., або на 100 % від суми від'ємного грошового потоку підприємства за 2010 р. У той же час, за розділом I «Надходження» спостерігається ріст майже за усіма видами грошових коштів підприємства, виключення складає позиція надходжень цільового фінансування, де відмічено зниження на 2,0 тис. грн., або на 8%. За II розділом — «Витрачання», спостерігається зниження обсягу грошових коштів за статтею «Витрачання на оплату матеріалів» на 124,0 тис. грн., або на 6% та за статтею «Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів» на 1,0 тис. грн., або на 10 %. Цей факт свідчить про те, що підприємство ще не зовсім оговталось від наслідків фінансової кризи.

Аналіз динаміки надходження та вибуття грошових коштів від інвестиційної діяльності ЗАТ «Продмаш» за 2010 — 2011 рр. показав ріст чистого руху коштів від інвестиційної діяльності на 370,0 тис. грн., або на 285 %. На таке збільшення вплинули інші надходження від інвестиційної діяльності, де ріст відмічено у сумі 583,0 тис. грн. (або 391,5%). Тобто, за аналізований період ЗАТ «Продмаш» підвищило свою інвестиційну активність.

Надалі проаналізуємо рух грошових коштів у результаті фінансової діяльності ЗАТ «Продмаш» за 2010—2011 р.р.

Проведений аналіз довів, що надходження та вибуття грошових коштів від фінансової діяльності ЗАТ «Продмаш» за 2010—2011 р.р. виріс на 181,0 тис. грн. і склав 9%. Це свідчить про підвищення активності підприємства на фондовому ринку України.

Таблиця 8.18

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ НАДХОДЖЕННЯ ТА ВИБУТТЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ У РЕЗУЛЬТАТІ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАТ «ПРОДМАШ» ЗА 2010—2011 рр.

тис. грн.

№	Показник	2010 р.	2011 р.	Відхилення	
				Абсолютне, тис. грн.	Відносне, %
1	Інші надходження	2011,0	2191,0	181,0	9,0
2	Чистий рух коштів від фінансової діяльності	2011,0	2191,0	181,0	9,0

Наступним етапом аналізу є оцінка загальної динаміки руху надходження та вибуття грошових коштів ЗАТ «Продмаш» за 2010 — 2011 рр.

Слід відзначити, що для повноти аналізу на даному етапі доцільно розрахувати і структуру грошових потоків підприємства, але з погляду на те, що за грошовими потоками від операційної діяльності спостерігається від'ємне значення, даний аспект проаналізувати неможливо, тому зупинимось тільки на аналізі динаміки (табл. 8.19).

Таблиця 8.19

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ РУХУ НАДХОДЖЕННЯ ТА ВИБУТТЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ ЗАТ «ПРОДМАШ» ЗА 2010—2011 рр.

тис. грн.

№	Показник	2010 р.	2011 р.	Відхилення	
				Абсолютне, тис. грн.	Відносне, %
1	Чистий рух коштів від операційної діяльності	550,0	(2747,0)	-2197,0	-100
2	Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	200,0	570,0	370,0	285,0
3	Чистий рух коштів від фінансової діяльності	2011,0	2191,0	181,0	9,0
4	Чистий рух коштів за звітний період	2760	14,0	-2746,0	-99,5
5	Залишок коштів на початок року	56,0	43,0	-13,0	-23,0
6	Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	(23,0)	(49,0)	-26,0	+113,0
7	Залишок коштів на кінець року	2793,0	8,0	-2785,0	-99,5

Результати аналізу динаміки надходження та вибуття грошових коштів ЗАТ «Продмаш» за 2010 — 2011 р.р. показали, що у цілому за 2011 р. підприємство має позитивний грошовий потік у розмірі 14 тис. грн.

При цьому, позитивний грошовий потік отримано за результатами інвестиційної і фінансової діяльності, у той час як за результатами операційної діяльності отримано від'ємний грошовий потік у сумі 2747,0 тис. грн. у 2011 р. Даний від'ємний грошовий потік негативно вплинув на загальний позитивний грошовий потік підприємства. Так, за 2010 р. ЗАТ «Продмаш» отримало на кінець року позитивну суму грошових коштів у розмірі 2793,0 тис. грн. Загальне зниження обсягу грошових коштів на кінець 2011 р. склало 2785,0 тис. грн. або майже 100 %. Тобто, підприємству потрібно більш ретельно планувати процес надходження та вибуття грошових коштів за операційною діяльністю.

8.6. Аналіз структури та динаміки власного капіталу підприємства

Аналіз руху власного капіталу проводиться з метою визначення впливу на його склад, розмір і структуру:

— коригувань залишків власного капіталу на початок періоду;
— переоцінки активів;
— розподілу прибутку;
— внесків учасників;
— вилучення капіталу;
— інших змін.

Розглянемо основні складові власного капіталу підприємства з точки зору аналізу руху докладніше.

Статутний капітал — є одним із найважливіших показників, що дозволяє одержати уявлення про розміри і фінансовий стан економічних суб'єктів. Це один із найбільше стійких елементів власного капіталу організації, оскільки зміна його величини допускається в строго визначеному порядку, установленому законодавчо. Статутний капітал — це основне джерело формування майна підприємства, це стартовий капітал для операційної діяльності з метою одержання надалі прибутку. Статутний капітал являє собою засоби, вкладені власниками підприємства.

Додатковий капітал. У процесі основної діяльності в підприємства може з'явитися нове майно чи зрости облікова вартість наявного, тобто збільшуються розміри активів. Для обліку джерел такого майна чи приросту його вартості в бухгалтерському обліку введено поняття додаткового капіталу. Як об'єкт обліку він виник відповідно до зміни правил оцінки статей бухгалтерської звітності організацій для відображення інфляційних процесів.

Резервний капітал створюється відповідно до законодавства й установчих документів організації на покриття можливих у майбутньому

непередбачених збитків, втрат. Резервний капітал — це так зване запасне фінансове джерело, що створюється як гарантія безперебійної роботи підприємства і дотримання інтересів третіх осіб.

Нерозподілений прибуток — прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати в бюджет податку на прибуток. Він виступає джерелом, який може бути використаний на цілі, обумовлені статутними документами чи відповідними рішеннями керівництва організації і засновників (акціонерів), у т. ч. на придбання нових майнових об'єктів чи майнових прав.

У табл. 8.20 проаналізовано структуру і динаміку власного капіталу ЗАТ «Продмаш».

Таблиця 8.20

АНАЛІЗ СТРУКТУРИ І ДИНАМІКИ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ЗАТ «ПРОДМАШ»

тис.грн.

Стаття	Статутний капітал	Пайовий капітал	Додатковий капітал	Інший додатковий капітал	Резервний капітал	Нерозподілений прибуток	Неоплачений капітал	Вилучений капітал	Разом
Залишок на початок року	9428 (178,9)	0	0	0	0	-4157 (-78,9)	0	0	5271 (100)
Коригування — немає									
Скоригований залишок на початок року	9428 (178,9)	0	0	0	0	-4157 (-78,9)	0	0	5271 (100)
Переоцінка активів — немає									
Чистий збиток за звітний період	0	0	0	0	0	-212 (100)	0	0	-212 (100)
Розподіл прибутку — немає									
Внески учасників — немає									
Вилучення капіталу — немає									
Інші зміни в капіталі — немає									
Разом змін в капіталі	0	0	0	0	0	-212 (100)	0	0	-212 (100)
Залишок на кінець року	9428 (186,4)	0	0	0	0	-4369 (-86,4)	0	0	5059 (100)

Власний капітал підприємства на початок року представлений статутним капіталом у сумі 9428 тис. грн. (178,9%) і непокритими збитками 4157 тис. грн. (-78,9%).

Протягом аналізованого періоду коригування власного капіталу, переоцінки активів, внесків учасників, вилучення капіталу і інших змін не відбувалося. Підприємство отримало чистий збиток у сумі 212 тис. грн., який збільшив розмір непокритого збитку до 4369 тис. грн. або (-86,4%) власного капіталу, який зменшився до 5059 тис. грн.

Таким чином, рух власного капіталу досліджуваного підприємства не є раціональним. Резервами покращення ситуації є перехід до прибуткової роботи, покриття збитків, залучення власного капіталу за рахунок їх внесків.

Контрольні питання до теми

1. Що включає поняття «фінансова звітність підприємства»?
2. У якому нормативному документі викладені основні вимоги до фінансової звітності підприємства?
3. Що відображають основні компоненти фінансової звітності підприємства?
4. Призначення основних компонентів фінансової звітності?
5. Мета аналізу фінансової звітності підприємства?
6. Назвіть основні завдання аналізу фінансової звітності підприємства?
7. Дайте визначення майна та майнового стану підприємства.
8. Назвіть основні об'єкти аналізу майна підприємства.
9. У чому полягає основна мета аналізу майна підприємства?
10. Визначите основні завдання аналізу майна підприємства?
11. У яких випадках проводиться аналіз складу статей балансу підприємства?
12. Як оцінити роль активів в управлінському аспекті?
13. Назвіть основні напрями аналізу стану майна підприємства.
14. Назвіть основні напрями оцінки вартості бізнесу та охарактеризуйте їх.
15. Як проаналізувати склад, динаміку і структуру джерел формування майна підприємства?
16. Назвіть основні перспективні напрями аналізу ефективності фінансування і використання майна підприємства.
17. Охарактеризуйте систему показників аналізу ефективності фінансування і використання майна підприємства.
18. Охарактеризуйте систему показників прибутку підприємства.
19. Які функції виконує прибуток підприємства?
20. У чому полягає ціль внутрішнього аналізу фінансових результатів підприємства?
21. У чому полягає ціль зовнішнього аналізу фінансових результатів підприємства?

22. Що таке точка беззбитковості?
23. Які витрати відносять до умовно змінних?
24. Які витрати відносять до умовно постійних?
25. Що таке коефіцієнт покриття?
26. Наведіть визначення грошового потоку підприємства.
27. Назвіть ознаки класифікації грошових потоків підприємства.
28. У чому полягає пряма задача оцінки грошових потоків підприємства?
29. У чому полягає зворотна задача оцінки грошових потоків підприємства?
30. У чому полягає сутність непрямого методу складання звіту про рух грошових коштів?
31. Вкажіть основні етапи прогнозування грошового потоку.
32. Надайте визначення власного капіталу підприємства, вкажіть мету аналізу його формування.

Тематика доповідей

1. Порівняльна оцінка змісту форми №2 за національними і світовими стандартами.
2. Структура реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) як фактор зміни валового прибутку.
3. Система багаторівневого «директ-костингу».
4. Методи нарахування складних процентів.
5. Методи безперервного нарахування процентів.

Тестові завдання

1. **Відповідно до Цивільного кодексу України майно можна визначити як:**
А) активи, об'єктами яких вважаються окрема річ, сукупність речей, а також майнові права та обов'язки;
Б) податки з юридичних і фізичних осіб, об'єктом оподаткування яких є рухоме і нерухоме майно;
В) об'єкти в матеріальній формі, у тому числі земельні ділянки, будівлі та споруди;
Г) об'єкти права нематеріальної власності; цілісні майнові комплекси всіх форм власності.

2. **Вартість майна — це:**
А) доходи, одержані від реалізації продукції, а також від інших видів основної діяльності;
Б) капітальні вкладення і дотації з бюджетів;
В) грошовий еквівалент цінності об'єкта, який покупець готовий обміняти на право власності на цей об'єкт;
Г) залишки майна ліквідованого підприємства, які передаються його засновникам (учасникам), що мають на нього право.

3. **Основою інформаційного забезпечення при аналізі майна підприємства є:**
А) інвестиційний проект;
Б) платіжний баланс;
В) бухгалтерський баланс;
Г) аудиторський висновок.

4. **Дослідження майнового стану проводиться за допомогою:**
А) порівняльного аналітичного балансу;
Б) первинних даних бухгалтерського обліку;
В) маркетингових досліджень підприємства;
Г) звіту про фінансові результати.

5. **Основні підходи до оцінки вартості бізнесу це:**
А) доходний, витратний, майновий;
Б) витратний, порівняльний, майновий;
В) доходний, ринковий, порівняльний;
Г) доходний, порівняльний (ринковий), майновий.

6. Підхід до оцінки вартості бізнесу, коли аналогічні підприємства мають продаватися за подібними цінами — це:
А) порівняльний (ринковий);
Б) витратний;
В) майновий;
Г) доходний.

7. Операційна діяльність підприємства — це:
А) будь-яка основна діяльність підприємства, а також операції, що її забезпечують;
Б) основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою діяльністю;
В) операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства.

8. У собівартість реалізації включено при реалізації продукції (наданих послуг):
А) повну собівартість;
Б) повну собівартість за вирахуванням загальновиробничих витрат;
В) виробничу собівартість.

9. У собівартість реалізації включено при реалізації товарів:
А) витрати на їхнє придбання, доставку і доведення до придатного для реалізації стану;
Б) купівельну вартість та витрати на збут;
В) купівельну вартість з торгівельною націнкою.

10. Різниця між чистим доходом від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг та собівартістю реалізації має назву:
А) маржинальний прибуток;
Б) валовий прибуток;
Г) прибуток від основної діяльності;
Д) прибуток від операційної діяльності.

11. Частина виручки, що спрямовується на заміщення умовно постійних витрат і формування валового прибутку, має назву:
А) маржинальний прибуток;
Б) прибуток від реалізації;
Г) прибуток від основної діяльності;
Д) прибуток від операційної діяльності.

12. Різниця між виручкою від реалізації продукції та умовно змінними витратами має назву:
А) маржинальний прибуток;
Б) прибуток від реалізації;
Г) прибуток від основної діяльності;
Д) прибуток від операційної діяльності.

13. Основою системи директ-костинг є розподіл витрат:
А) на операційні, фінансові, інвестиційні;
Б) основні та допоміжні;
В) виробництво та збут;
Г) на постійні та змінні.

14. Виручка від реалізації в точці беззбитковості розраховується за формулою:
А) $В_{ум.пост.}/МП_{од.}$; Б) $В_{ум.зм.}/МП_{од.}$;
В) $В_{ум.зм.}/П_{п}$; Г) $В_{ум.пост.}/П_{п.}$

15. Що не є фактором зміни прибутку:
А) амортизація основних засобів та нематеріальних активів;
Б) продаж цінних паперів та нематеріальних активів;
В) реалізація продукції;
Г) закупки сировини та матеріалів.

16. Потік пренумерандо — це потік, коли грошові надходження:
А) генеруються на початку періоду;
Б) генеруються в кінці періоду;
В) генеруються в середині періоду;
Г) генеруються рівномірно на протязі періоду.

17. Потік постнумерандо — це потік, коли грошові надходження:
А) генеруються на початку періоду;

Б) генеруються в кінці періоду;
В) генеруються в середині періоду;
Г) генеруються рівномірно на протязі періоду.

18. Ануїтет — це грошовий потік, в якому надходження:
А) однакові за величиною в кожному періоді;
Б) рівномірно розподілені;
В) генеруються в кінці періоду;
Г) генеруються в середині періоду.

19. Як залучення в оборот підприємства позикових коштів впливає на рентабельність власного капіталу:
А) однозначно зменшує;
Б) однозначно збільшує;
В) результат залежить від співвідношення економічної рентабельності підприємства і ставки залучених коштів.

Практичні завдання

Задача 8.1
За даними додатку Б проаналізуйте стан майна підприємства у 2010 – 2011 рр. Зробить висновки.

Задача 8.2
За даними додатку Б проаналізуйте ефективність використання майна підприємства у 2010—2011 р.р. Зробить висновки.

Задача 8.3
На підставі наведеної інформації проведіть аналіз складу, динаміки і структури майна підприємства. Зробить висновки.

Майно	2010 р.	2011 р.
І. Необоротні активи		
Основні засоби і нематеріальні активи	152	155
Всього за розділом І	152	155
ІІ. Оборотні активи		
Запаси	4	4
Дебіторська заборгованість	1482	4253
Грошові кошти і їх еквіваленти	587	229
Всього за розділом ІІ	2077	4490
Баланс	2230	4645

Задача 8.4
На підставі наведеної інформації проведіть аналіз складу, динаміки і структури джерел формування майна підприємства. Зробить висновки.

Джерела майна	2010 р.	2011 р.
І. Власний капітал		
Статутний капітал	3	8
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	186	389
Всього за розділом I	189	397
ІІ. Забезпечення наступних витрат і платежів	97	92
ІІІ. Довгострокові зобов'язання	900	1900
IV. Поточні зобов'язання		
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1005	2220
Поточні зобов'язання за розрахунками	39	36
Всього за розділом IV	1044	256
Баланс	2230	4645

Задача 8.5
Підприємство має такі умови виробництва: виробнича потужність — 2000 од., постійні витрати — 400 тис. грн., змінні витрати –300 грн./од., ціна виробу — 700 грн./од.
Визначте:
— коефіцієнт покриття;
— маржинальний доход на одиницю продукції та загальний обсяг;
— беззбитковий обсяг продажів;
— обсяг реалізації у натуральному вигляді, який забезпечить беззбитковість.

Задача 8.6
На підставі наведених даних розрахувати наступні показники:
— чистий дохід від реалізації;
— валовий прибуток,
— фінансовий результат від операційної та звичайної діяльності,
— чистий прибуток.

(тис. грн.)

Показники	За звітний період	За попередній період
Доход від реалізації продукції	64345	46114
Податок на додану вартість	10724	7617
Собівартість реалізованої продукції	41232	33121
Інші операційні доходи	1462	3364
Адміністративні витрати	2288	2438
Витрати на збут	13143	5294
Інші операційні витрати	88	1048
Інші фінансові доходи	0	113
Інші доходи	2872	3281
Фінансові витрати	263	0

Визначити вплив факторів (товарообіг, рівень валового прибутку і рівень витрат обігу) на суму прибутку.
Зробить висновки.

Задача 8.7
Торговельне підприємство здійснює реалізацію хлібобулочних виробів.
Роздрібна ціна — 2,5 грн./од., у т.ч. торгівельна надбавка 0,5 грн./од.
Витрати на збут:
— змінні — 0,1 грн./од.
— витрати на рекламу — 1 тис. грн./міс.;
— утримання персоналу — 10 тис. грн./міс.;
— орендна плата — 2 тис. грн./міс.
Визначте:
— беззбитковий обсяг продажів;
— обсяг реалізації у натуральному вигляді, який забезпечить беззбитковість.

Задача 8.8
Розрахуйте вартість грошового потоку у точці 2, якщо коефіцієнт дисконтування r = 12 % (табл.)

Рік	Грошовий потік, тис. грн.
0	
1	10
2	11
3	5
4	23

Задача 8.9
Розрахуйте вартість грошового потоку у точці 3, якщо коефіцієнт дисконтування r=12% (табл.)

Рік	Грошовий потік, тис. грн.
0	10
1	11
2	5
3	???
4	23

Задача 8.10
Визначить оптимальну структуру капіталу, виходячи з даних, наведених у таблиці.

Показник	Варіанти структури капіталу та його ціна						
	1	2	3	4	5	6	7
Доля власного капіталу, %	100	90	80	70	60	50	40
Доля позикового капіталу, %	0	10	20	30	40	50	60
Ціна власного капіталу, %	13	14	15	16	17	19	25
Ціна запозиченого капіталу, %	7	7	7,1	7,5	8	12	17

Зробіть висновки.

Література

[2, 19, 28, 29, 32—34, 36, 38, 39, 44,47, 49, 52—58, 60—64, 67, 69—71, 73, 84—89, 79—93, 99, 108, 110, 128].

Тема 9

—♦—

АНАЛІЗ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

9.1. Сутність, зміст та види бізнес-процесів підприємства
9.2. Значення, мета, задачі та інформаційне забезпечення аналізу бізнес-процесів
9.3. Аналіз процесу постачання матеріальних ресурсів на підприємстві
9.4. Аналіз процесу виробництва готової продукції
9.5. Аналіз процесу реалізації готової продукції
9.6. Аналіз процесу розрахунків з покупцями готової продукції
9.7. Можливості оптимізації бізнес-процесів підприємства

9.1. Сутність, зміст та види бізнес-процесів підприємства

За сучасних умов мінливого зовнішнього середовища головним завданням підприємства стає швидке реагування на зміни і відповідне впровадження адекватних заходів в організації і здійсненні власної підприємницької діяльності.

Основу діяльності будь-якої організації становлять її ділові процеси, або бізнес-процеси, які визначаються цілями й завданнями діяльності суб'єкта господарювання. Процеси забезпечують реалізацію всіх видів діяльності підприємства, пов'язаних з виробництвом товарів і/або послуг, які суб'єкт господарювання або робить, або продає й поставляє, або робить все це в сукупності. Для кожного виду роботи, що входить у загальний процес господарської діяльності, визначені тимчасові характеристики, які визначають її місце в загальній послідовності робіт, умови ініціації й час виконання.

Безпосередньо у понятті процесу немає нічого нового. Процеси завжди були і є в будь-якій організації. Але об'єктами управління вони стали відносно недавно і лише в окремих підприємствах. Проблема полягає в тому, що процеси не вдається описувати так само легко, як організаційні ієрархічні структури.

Процеси взагалі — це систематичне, послідовне визначення функціональних операцій, які приносять специфічний результат; це послідовність пов'язаних операцій або завдань, що потрібні для досягнення результату.

Під бізнес-процесом у широкому значенні розуміється структурована послідовність дій з виконання певного виду діяльності на всіх етапах життєвого циклу предмета діяльності — від створення концептуальної ідеї через проектування до реалізації і результату (здача в експлуатацію об'єкта, постачання продукції, надання послуг, закінчення певної фази діяльності), тобто певний системно-замкнений процес.

Бізнес-процес являє собою сукупність бізнес-операцій, певну кількість внутрішніх видів діяльності, що починаються з одного або більше входів і закінчуються створенням продукції, необхідної клієнту (клієнт — не обов'язково зовнішній відносно підприємства споживач, це може бути підрозділ організації або конкретний працівник).

Управління бізнес-процесами у виробництві історично стало першою областю успішного застосування набору методів, що згодом одержали назву «процесного підходу». Підхід до менеджменту з погляду управління бізнес-процесами потребує певного ламання стереотипів, до якої б сфери управління підприємством це не відносилося.

Поняття «бізнес-процес» є багатозначним, і на сучасному етапі не існує єдино прийнятого його визначення. Усі визначення об'єднує насамперед акцентування уваги на тому, що бізнес-процеси є безперервними, мають певні входи (постачання ресурсів, виникнення ідеї бізнесу, ідеї нового продукту, послуги тощо) і виходи у вигляді продукту, що задовольняє потреби споживачів. Таким чином бізнес-процес охоплює всю організацію, зверху до низу.

Не існує стандартного переліку процесів, і організації повинні розробляти свої власні. Насправді підприємство має до 20 ключових бізнес-процесів, від виконання яких залежить його успіх на ринку. А загальна кількість бізнес-процесів підприємства може досягати кількох сотень.

Оскільки бізнес-процеси — це потоки роботи — в них є свої межі, іншими словами початок і кінець. Для будь-якого окремо взятого процесу ці межі встановлені початковими або первинними входами, з якого він починається (рис. 9.1) Ці входи відкриваються первинними постачальниками процесу. Ресурси або входи процесу можуть бути матеріально-технічними, енергетичними, людськими, інформаційними.

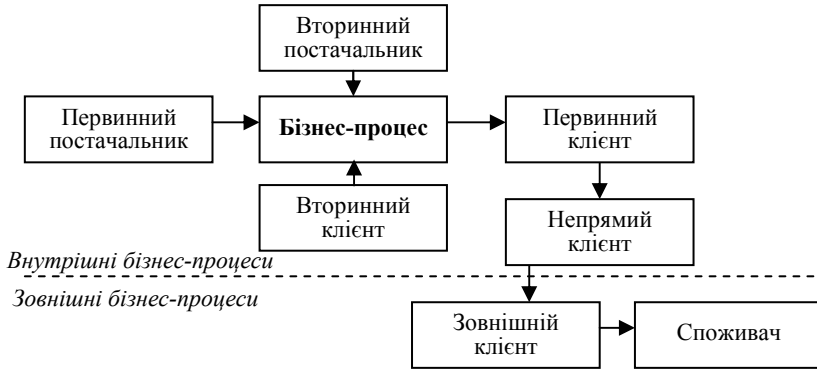

Рис. 9.1. Межі бізнес-процесів

У рамках процесного підходу будь-яке підприємство розглядається як бізнес-система, що являє собою зв'язану безліч бізнес-процесів, кінцевими цілями, яких є випуск продукції або послуги.

Єдиною метою бізнес-процесу є задоволення вимог клієнтів. Усіх клієнтів можна розділити на п'ять різних типів, які не обов'язково присутні кожний окремо (можуть бути випадки, коли вони перетинаються):

— первинні клієнти — ті, які одержують первинний вихід;

— вторинні клієнти, що знаходяться поза процесом і одержують вторинні виходи;

— непрямі клієнти, що не одержують первинного виходу, але є наступними в ланцюжку, тому пізніший за часом вихід відображається на них.

— зовнішні клієнти (за межами підприємства), які одержують вихід процесу: дистриб'ютори, агенти, роздрібні продавці, інші організації тощо.

— зовнішні непрямі клієнти, споживачі.

Не існує жорстких і простих правил щодо того, наскільки широко або вузько варто описувати процеси, і підприємства можуть по-різному описувати навіть схожі процеси. Базові категорії можуть бути розширені додатковими. Класифікація бізнес-процесів підприємства за основними ознаками представлена в табл. 9.1.

Таблиця 9.1

КЛАСИФІКАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Класифікаційна ознака	Характеристика бізнес-процесів
За ознакою формування результату	Основний бізнес-процес — це процес, який складає основний бізнес підприємства і створює основний потік доходів. Прикладами операційних бізнес-процесів є постачання, виробництво, реалізація та маркетинг.
	Допоміжні (забезпечувальні) бізнес-процеси визначають допоміжну діяльність підприємства, яка є забезпечувальною по відношенню до основної діяльності. Наприклад, бухгалтерський облік, кадрове, інформаційне забезпечення.
За функціональною ознакою	Процес постачання матеріальних ресурсів є елементом, який забезпечує реалізацію основного бізнес процесу на підприємстві, тобто є його «входом».
	Процес виробництва готової продукції призначений для перетворення «входу» процесу на «вихід».
	Процес реалізації готової продукції орієнтований на задоволення потреб клієнтів та отримання доходів підприємством.
	Процес розрахунків з покупцями готової продукції є завершальним етапом основного бізнес-процесу підприємства; грошове відтворення отриманих доходів за рахунок задоволення потреб клієнтів.

Закінчення табл. 9.1

Класифікаційна ознака	Характеристика бізнес-процесів
За видом бізнес-процесу	Відтворювальний бізнес-процес є безперервним рухом і оновленням процесу виробництва продукції та послуг підприємства як бізнес-системи
	Забезпечувальні бізнес-процеси призначені для забезпечення ресурсами відтворювального процесу бізнес-системи
	Бізнес-процеси управління охоплюють весь комплекс функцій управління на рівні кожного бізнес-процесу й бізнес-системи в цілому
	До бізнес-процесів розвитку відносяться процеси вдосконалення продукту, що виготовляється
За характером продукту діяльності	Виробничі бізнес-процеси — процеси, що перетворюють входи, отримані від процесу постачання, у виходи, що пропонуються для збуту
	Адміністративні бізнес-процеси — це процеси, результатом яких є серія послідовних дій з виконання адміністративних завдань
За ступенем деталізації	Крос-функціональні процеси — це сукупність функцій бізнес-процесу без деталізації за видами робіт або операціями
	Підпроцес — це частина основного процесу діяльності, яка призначена для виконання конкретної ролі в створенні кінцевого продукту, але не здатна самостійно створювати продукт.
По відношенню до підприємства	Зовнішній бізнес-процес — це процес, що має вхід і/або вихід поза підприємством
	Внутрішній бізнес-процес — це процес, що повністю відбувається в межах підприємства як цілісної бізнес-системи

Узагальнюючи сказане вище необхідно ще раз підкреслити, що під бізнес-процесом слід розуміти структурований, вимірюваний набір видів діяльності, циклічно здійснюваних різними структурними підрозділами підприємства і в комплексі складових один логічно цілий акт бізнес-діяльності, організовуваний для досягнення результатів підприємства за допомогою задоволення потреб клієнтів.

9.2. Значення, мета, задачі та інформаційне забезпечення аналізу бізнес-процесів

Аналіз повинен бути комплексним дослідженням внутрішніх і зовнішніх чинників, що впливають на процес функціонування бізнес-процесів підприємства, оскільки основна мета проведення аналізу — підвищення ефективності функціонування бізнес-процесів та прийняття оптимальних управлінських рішень по забезпеченню їх стійкого розвитку.

Для успішної реалізації мети аналізу бізнес-процесів необхідно вирішити наступні *завдання*:

— визначення економічної ефективності використання ресурсів бізнес-процесів;

— оцінка виконання планів, прогнозів, управлінських рішень, за ефективним використанням економічного потенціалу бізнес-процесів підприємства;

— вивчення впливу об'єктивних і суб'єктивних, зовнішніх і внутрішніх чинників на результати бізнес-процесів підприємства;

— розробка й обґрунтування заходів спрямованих на оптимізацію бізнес-процесів підприємства і прийняття ефективних управлінських рішень.

Необхідною умовою якісного проведення аналізу бізнес-процесів є його інформаційне забезпечення.

Інформаційне забезпечення аналізу — це сукупність інформаційних ресурсів, необхідних для досягнення цілей аналізу.

Як інформаційні ресурси виступає інформація, що циркулююча в системі управління і є основою управлінських рішень.

Інформаційне забезпечення аналізу можна розділити на наступні основні блоки:

Нормативно-довідкова — законодавчі акти, нормативи урядових і старанних структур, норми, нормативи, ліміти і інші регламенти бізнес-процесів.

Планова інформація — міститься в бізнес-плані підприємства або в плані економічного (соціального) розвитку підприємства.

Фактографічна інформація — є сукупність даних економічного характеру про факти, які дійсно здійснювалися у бізнес-процесах підприємства. Ця інформація, як правило, формується обліково-фінансовою службою. Фактографічну інформацію можна підрозділити на три блоки:

Облікова інформація, що міститься в облікових документах підприємства — первинних документах, регістрах бухгалтерського обліку, відомості і ін.

Звітна інформація, що міститься в статистичній і фінансовій звітності, наприклад, форма 1 «Баланс», форма 2 «Звіт про фінансові резуль-

тати», «Звіт про працю» і тому подібне. Саме цей вид інформації має основне значення при проведенні зовнішнього аналізу.

Позаоблікова інформація, що міститься в актах перевірок, аудиторських висновках, а також в документах, регулюючих бізнес-процеси підприємства (офіційні документи, договори, угоди, рекламації, технічна і технологічна інформація).

Нормативно-довідкова інформація, яка регулює усі бізнес-процесі підприємства це Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність», Положення (стандарти) бухгалтерського обліку в Україні, господарсько-правові документи, технічна й технологічна документація, інформація, отримана в ході маркетингових досліджень, тощо.

Джерелами інформації для аналізу *процесу постачання матеріальних ресурсів та процесу розрахунків з покупцями* виступають:

— *довідкова інформація:* плановані обсяги запасів та обсяги надходження (портфель замовлень), план матеріально-технічного постачання, нормативи товарних запасів, нормативи товарних витрат.

— *облікова інформація:* накладні на відвантаження продукції; товаротранспортні накладні; рахунки; журнал реєстрації виставлених рахунків — фактур; оперативні дані відділу матеріально-технічного постачання; відомості, звіти матеріально-відповідальних осіб, регістри синтетичного обліку по рахункам «Каса», «Товари», «Розрахунки з постачальниками».

— *звітна інформація:* форми №1 «Баланс», форма №2 «Звіт про фінансові результати», форми статистичної звітності № 1-СН, 3-СН, 4-СН, 11-СН, 12-СН про наявність і використання матеріальних ресурсів, ф.№ 5-з про витрати на виробництво

— *позаоблікова інформація:* акти експертів, протоколи зборів, договори, угоди, контракти на постачання сировини та матеріалів;

Джерелами інформації для аналізу *процесу реалізації готової продукції* є:

— *довідкова інформація:* індекси цін на споживчі товари, нормативи товарних запасів, нормативи товарних витрат, нормативи обороту на 1м^2 торгової площі.

— *планова інформація:* данні бізнес-плану, план реалізації у розрізі товарних груп, план постачання товарів.

— *облікова інформація:* накладні на відвантаження продукції; товаротранспортні накладні; рахунки — фактури; журнал реєстрації виставлених рахунків — фактур; книга продажів; відомості, звіти матеріально-відповідальних осіб, регістри синтетичного обліку по рахункам «Каса», «Товари», «Розрахунки з постачальниками».

— *звітна інформація:* форми №1 «Баланс», форма №2 «Звіт про фінансові результати», Форма №3 — торг — (коротка) місячна, Форма

№7 — торг (роздріб) — «Звіт про наявність торгової мережі» — річна, Форма №1-торг «Звіт про товарообіг».

— *позаоблікова інформація:* акти експертів, протоколи зборів, договір на поставку товарів.

Детальна характеристика *інформаційного забезпечення* аналізу процесу виробництва готової продукції надана в табл. 9.2.

Таблиця 9.2

ХАРАКТЕРИСТИКА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ПРОЦЕСУ ВИРОБНИЦТВА ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Інформаційне забезпечення	Стисла характеристика
Довідкова інформація	
Розрахунок бухгалтерії про планову собівартість готової продукції	На підставі нормативних значень витрати сировини, матеріалів та непрямих витрат обчислюється планова собівартість готової продукції.
ФАКТОГРАФІЧНА ІНФОРМАЦІЯ	
Облікова інформація	
Відомість руху матеріалів	Характеризує кількість, ціну та суму матеріалів, які витрачені на виробництво готової продукції.
Відомість обліку готової продукції	Відображає кількість виробленої готової продукції.
Розрахунок бухгалтерії про фактичну собівартість готової продукції	З урахуванням фактичної кількості та ціни витрачених матеріалів обчислюється собівартість готової продукції та вносяться необхідні корегування до планових показників.
Табель обліку робочого часу	Застосовується для обліку фактично відпрацьованого часу для робітників з погодинною оплатою праці.
Розрахунково-платіжна відомість	Відображає суми нарахованої заробітної плати, відрахувань та утримань на соціальне страхування.
Відомість нарахування амортизації основних засобів	Містить інформацію щодо нарахування амортизації основних засобів відповідно обраного методу та встановлених норм.
Журнали-ордери за рахунками класу 7	Узагальнюють інформацію щодо доходів та результатів діяльності підприємства.
Журнали-ордери за рахунками класу 8	Містять інформацію за елементами витрат підприємства.
Журнали-ордери за рахунками класу 9	Застосовуються для узагальнення інформації щодо витрат підприємства за видами діяльності.

Закінчення табл. 9.2

Інформаційне забезпечення	Стисла характеристика
Звітна інформація	
Звіт про фінансові результати (Форма № 2)	Форма фінансової звітності яка розглядає доходи та витрати підприємства за видами діяльності. Крім того операційні витрати класифікуються за елементами.
Звіт про фінансові результати і дебіторську та кредиторську заборгованість (Форма № 1-Б)	Форма статистичної звітності де розкриваються фінансові результати діяльності підприємства від звичайної діяльності.
Звіт про виробництво промислової продукції (форма №1П-НПП)	Річна форма статистичної звітності відносно кількості виробленої продукції за її видами.
Терміновий звіт про виробництво промислової продукції (робіт, послуг) (форма №1-П, термінова)	Місячна форма статистичної звітності відносно кількості виробленої продукції за її видами.
Позаоблікова інформація	
Результати інвентаризації матеріальних ресурсів	Відображають фактичну кількість сировини, матеріалів та готової продукції; дають змогу зіставити облікові та фактичні показники.
Наказ про облікову політику підприємства	Розкриває питання розподілу непрямих витрат, які безпосередньо впливають на собівартість готової продукції і як слідство на її рентабельність.

9.3. Аналіз процесу постачання матеріальних ресурсів на підприємстві

Необхідною умовою виконання плану з виробництва продукції, зниженню її собівартості, зростанню прибутку, рентабельності є повне і своєчасне забезпечення підприємства матеріальними ресурсами необхідного асортименту і якості. Зростання потреби підприємства в матеріальних ресурсах може бути задоволений екстенсивним шляхом (придбанням або виготовленням більшої кількості матеріалів і енергії) або інтенсивним шляхом (економнішим використанням наявних запасів в процесі виробництва продукції).

Важливою умовою безперебійної нормальної роботи підприємства є повна забезпеченість потреби в матеріальних ресурсах джерелами пок-

риття Розрізняють внутрішні (власні) джерела і зовнішні. До внутрішніх джерел відносять скорочення відходів сировини, використання вторинної сировини, власне виготовлення матеріалів і напівфабрикатів, економію матеріалів в результаті впровадження досягнень науково-технічного прогресу. До зовнішніх джерел відносять надходження матеріальних ресурсів від постачальників відповідно до укладених договорів.

Тому *аналіз процесу постачання матеріальних ресурсів* здійснюється за наступними напрямками:

— вивчення строків та умов поставок;

— аналіз недопостачань за об'ємом;

— аналіз порушення якості та недоліки за номенклатурою;

— оцінка порядку розрахунку обсягів матеріальних ресурсів за укладеними договорами;

— оцінка обгрунтованості та ефективності формування портфеля замовлень на матеріальні ресурси;

— аналіз ритмічності постачань матеріальних ресурсів.

Стратегія матеріально — технічного постачання на підприємстві покликана не тільки оцінити безперебійність, ритмічність і якість постачань, але і їх ефективність, що виражається в знаходженні таких постачальників, форм і методів постачання, які забезпечили б мінімальні сукупні витрати на придбання і доставку матеріальних ресурсів (рис. 9.2).

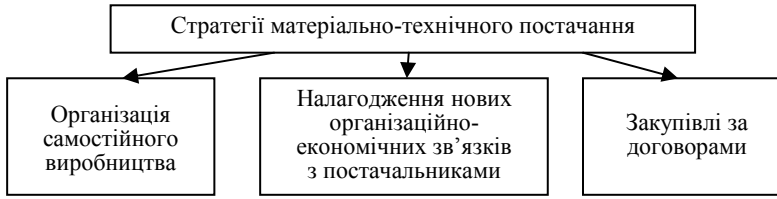

Рис. 9.2. Стратегії матеріально-технічного постачання підприємства

Аналіз організації матеріально-технічного постачання починає з оцінки кон'юнктура ринку, тобто вивчення основних постачальників і цін на постачання матеріальних ресурсів з урахуванням транспортно-заготовчих витрат. На основі такого аналізу оцінюють обгрунтованість вибраної стратегії організації матеріально-технічного постачання. Потреба в завезенні матеріальних ресурсів визначається різницею між загальною потребою в і-м виді матеріальних ресурсів і сумою внутрішніх джерел її покриття.

Потреба в матеріальних ресурсах визначається в трьох оцінках:

— натуральних одиницях вимірювання, що необхідне для встановлення потреби в складських приміщеннях;

— за вартістю (у грошовій оцінці) для виявлення потреби в оборотних коштах, для ув'язки з фінансовим планом;

— у днях забезпеченості — для планування і організації контролю.

Ступінь забезпечення організації матеріальними ресурсами оцінюється за допомогою коефіцієнтів забезпечення в натуральних одиницях вимірювання:

— коефіцієнт забезпечення за укладеними договорами на постачання (Кз. дог.):

$$Кз.\ дог. = (Qвнут + Qдог) / Qплан \quad (9.1)$$

де *Qвнут* — об'єм постачань із внутрішніх джерел;

Qдог — плановий об'єм постачань відповідно до укладених договорів на постачання;

Qплан — планова потреба.

— коефіцієнт забезпечення по фактичному виконанню договорів на потачання (Кз. факт.):

$$Кз.\ факт. = (Qвнут + Qфакт) / Qплан \quad (9.2)$$

де *Qфакт* — фактичний об'єм постачань із зовнішніх джерел.

Після того, як остаточно визначений об'єм закупівель матеріально-сировинних ресурсів, оцінюють правильність вибору постачальників. Така оцінка проводиться, як правило, в два етапи. На першому аналізують правильність відбору потенційних постачальників по загальним критеріям: ціна з транспортно-заготовчими витратами, якість і комплектність постачань, виробнича потужність, віддаленість, спосіб сплати, упаковка. На іншому етапі проводять остаточний відбір по приватним специфічним критеріям, якими можуть, наприклад, бути фінансові умови (наприклад, кредит постачальника), година і періодичність поставок, наявність складів та ін. Також проводиться ретроспективний аналіз виконання укладених договорів по видам ресурсів (або постачальникам).

Аналіз забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел приведений у табл. 9.3.

За даними таблиці планується покрити всю потребу в матеріалі А за рахунок зовнішніх джерел на 98,26% і за рахунок внутрішніх — на 1,74%. Потреба в матеріалі Б покривається за рахунок зовнішніх джерел на 92,42%, а за рахунок внутрішніх — на 7,58%. Постачання за договорами виконані не повною мірою, і потреба організації в матеріальних ресурсах не покрита.

Дані таблиці показують, що підприємство поклопоталася про повне покриття потребі в матеріалах договорами постачання, проте невико-

нання планів постачання з вини постачальників створило дефіцит матеріальних ресурсів. Проведений аналіз дає необхідну інформацію для вибору постачальників.

Таблиця 9.3

АНАЛІЗ ПОКРИТТЯ ПОТРЕБИ В МАТЕРІАЛАХ ЗА РАХУНОК ВНУТРІШНІХ І ЗОВНІШНІХ ДЖЕРЕЛ

(тис. грн.)

Вид матеріалу	Планова потреба	Джерела покриття потреби		Укладено договорів	Забезпечення потреби договорами, %	Поступило від постачальника	Виконання договорів, %
		внутрішні	зовнішні				
А	2300	40	2260	12	98,26	1915	84,73
Б	541	1	500	7	92,42	487	97,40
…							
Разом	—	—	—	72	91,4	-	95,8

Аналіз коефіцієнтів забезпечення підприємства матеріальними ресурсами приведений у табл. 9.4.

Таблиця 9.4

АНАЛІЗ КОЕФІЦІЄНТІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА МАТЕРІАЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ

Вид матеріалу	Коефіцієнт забезпечення за укладеними договорами на постачання, %	Коефіцієнт забезпечення по фактичному виконанню договорів на постачання, %.
А	100	85,0
Б	100	97,6
…		

Ефективність договірної роботи підприємства оцінюється наступними показниками:

— *коефіцієнт задоволення заявок* (*К1*):

$$K1 = \frac{Кількість\ укладених\ договорів}{Кількість\ заявок\ на\ укладення\ договорів} \times 100\% \qquad (9.3)$$

— *коефіцієнт виконання договорів* (*К2*):

$$K2 = \frac{Кількість\ виконаних\ договорів}{Кількість\ укладених\ договорів} \times 100\% \qquad (9.4)$$

— *коефіцієнт якості постачань* (*К3*):

$$К3 = \frac{Кількість\ якісно\ виконаних\ договорів}{Кількість\ виконаних\ договорів} \times 100\% \qquad (9.5)$$

— *звідний коефіцієнт організації зовнішніх постачань* (*К4*):

$$К4 = \frac{Кількість\ якісно\ виконаних\ договорів}{Кількість\ заявок\ на\ укладення\ договорів} \times 100\% \qquad (9.6)$$

Нижче представлена характеристика договірної роботи аналізованого підприємства (табл. 9.5).

Таблиця 9.5

АНАЛІЗ ДОГОВОРІВ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ПОСТАЧАННЯ

Найменування показника	Значення
Кількість заявок на укладення договорів	78
Кількість укладених договорів	72
Кількість виконаних договорів	69
Кількість договорів, на постачання по яким не порушувалися своєчасність, повнота, ритмічність і якість	63
Коефіцієнт задоволення заявок (К1)	92,3%
Коефіцієнт виконання договорів (К2)	95,8%
Коефіцієнт якості постачань (К3)	91,3%
Звідний коефіцієнт організації зовнішніх постачань (К4)	80,7%

Взаємозв'язок *К4* з приватними показниками (*К1; К2 і К3*) представлений залежністю:

$$К4 = К1 \cdot К2 \cdot К3 = 0{,}923 + 0{,}958 + 0{,}913 = 0{,}807.$$

В процесі аналізу виявляють основні види ресурсів, в постачанні яких підприємство зазнає певні труднощі, а також постачальників, що не виконують прийняті і зафіксовані в договорах зобов'язання постачання ресурсів і не бажаних для співпраці в майбутньому.

Крім того, даний аналіз дозоляє оцінити ефективність роботи служб матеріально-технічного постачання і їх окремих працівників. При цьому доцільно доповнювати його показниками, що характеризують частку простоїв у виробництві з вини служб матеріально-технічного поста-

чання. Результати аналізу дозволяють інкримінувати конкретним службам і виконавцям що виникли по їх провині вимушені простої і розробити систему їх відповідальності і мотивації до праці.

Аналіз задоволення планів виробництва товару в постачаннях матеріальних ресурсів відображає забезпеченість договорами на їх поставку і оцінюється за допомогою наступних показників:

— коефіцієнт забезпеченості плану виробництва постачаннями:

$$Кдог\ пл = \frac{Вартість\ сировини\ і\ матеріалів\ по\ укладених\ договорах}{Планова\ потреба} \quad (9.7)$$

— коефіцієнт забезпечення по фактично виконанню договорів на постачання:

$$Кдог\ ф = \frac{Вартість\ фактично\ поставлених\ матеріальних\ ресурсів}{Планова\ потреба} \quad (9.8)$$

Аналіз даних коефіцієнтів проводиться по кожному виду матеріалів (табл. 9.6).

Таблиця 9.6

АНАЛІЗ ВИКОНАННЯ ПЛАНУ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ПОСТАЧАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ

(тис. грн.)

Вид матеріальних ресурсів які поставляються	Об'єм постачання		Зокрема				
	план	факт	Зараховується з урахуванням виконання умов договору постачання	Не зараховується з причини порушення договірних умов			
				Термін постачання	Кількість	Об'єм	Номенклатура
А	27544	27911	27244	200	100	-	-
Б	72541	73547	72211	200	-	130	-
…							
Разом	473646	498735	462311	7406	3200	429	300

За даними наведеної табл. 9.6 розрахуємо вище приведені показники:

$$Кдог\ пл = 462311 / 473646 = 0{,}976$$
$$Кдог\ ф = 498735 / 473646 = 1{,}053$$

Визначимо ступінь впливу причин недопостачання:

— загальний відсоток недопостачання 100 – 97,6 = 2,4%, в т.ч. у зв'язку:

— з порушенням термінів постачання: 7406 / 473646 · 100 = 1,56%;

— якості: 3200 / 473646 · 100 = 0,67%;

— недопостачання за об'ємом: 429 / 473646 · 100 = 0,091%;

— недостачі по номенклатурі: 300 / 473646 · 100 = 0,063%.

Особливу увагу слід звернути на виконання договорів поставок щодо асортименту. За порушення асортименту матеріалів, що надходять, утворюються перевитрати матеріалів, пов'язані з доробкою або заміною одного матеріалу іншим.

Аналіз ефективності формування портфеля договорів поставок на матеріали передбачає оцінку виконання договірних зобов'язань за передбаченим асортиментом з допомогою розрахунку коефіцієнта асортиментності, тобто співвідношення фактичного надходження матеріалів, що не перевищує обумовленого договором, та обсягу договірних зобов'язань.

Якість отриманих від постачальників матеріалів визначає рівень ефективності портфеля договорів поставок на матеріальні ресурси. У процесі аналізу обов'язково перевіряється відповідність матеріалів стандартам і технічним умовам та розраховується коефіцієнт рекламацій, тобто претензій постачальникам за поставку недоброякісних матеріалів. Низька якість сировини й матеріалів є причиною утворення надпланових відходів, що завжди призводить до зменшення обсягу випуску продукції.

9.4. Аналіз процесу виробництва готової продукції

Правильно вибрана стратегія виробництва і належні обсяги випуску продукції забезпечують бажаний обсяг реалізації і відповідний прибуток. Тому виробничу діяльність підприємства жорстко зумовлено загальною економічною ситуацією, галузевими пропорціями і платоспроможним попитом населення.

Аналіз процесу виробничої діяльності підприємства здійснюється за наступними напрямками:

— аналіз якості планування виробництва, напруженість і обґрунтованість планів діяльності як у цілому, так і щодо окремих виробничих підрозділів;

— аналіз обсягу і динаміки виробництва продукції;

— оцінка асортименту і структури виробництва продукції;

— аналіз рівномірності та ритмічності виробництва готової продукції;

— оцінка якості та браку готової продукції;

— визначення основних факторів, що впливали на загальні обсяги виробництва протягом останніх років і зокрема у звітному періоді;

— визначення внутрігосподарських резервів зростання обсягів випуску готової продукції, а також розроблення заходів щодо їх повного та ефективного використання.

Розглянемо детально кожний напрямок аналізу показників виробництва продукції.

Аналіз якості планування виробництва, напруженість і обґрунтованість планів діяльності підприємства.

У ринкових умовах якість планової діяльності підприємства можна визначити ступенем узгодження і задоволення інтересів споживачів з урахуванням наявних можливостей і обмежень ресурсів, що визначають свободу вибору в процесі виробництва продукції.

Сукупність відносин виробництва і збуту продукції є динамічний і рівноважний стан підприємства як складної економічної системи. Якщо план виробництва продукції зберігає протягом певного періоду структуру постійною, то і виробнича діяльність підприємства весь цей термін також залишається стабільним. Зміна відносин постачання під впливом ринкових вимог приводить до відповідної перебудови виробничої діяльності підприємства. Тут планова діяльність економістів-менеджерів грає визначальну роль в розробці і коректуванні основних показників плану. У цих умовах неможливо забезпечити отримання загальних якісних планових результатів, якщо не буде якісним кожен з складових цей кінцевий результат показників. Іншими словами, досягнення високих планових результатів вимагає, щоб міра якості плану була такою ж високою у всіх або принаймні у більшості запланованих показників.

Для оцінки якості планів необхідно мати систему показників, що характеризують їх реальність і напруженість, обґрунтованість і оптимальність, ступінь точності і рівень риски і так далі

Реальність планів, означає можливість їх здійснення в найближчий відрізок часу. Критерій реальності планів може бути встановлений на основі аналізу дійсного положення господарства і можливостей його стихійного розвитку, з одного боку, і аналізу наявних об’єктивних засобів дії на цей хід розвитку, з іншою.

Важливим оцінним показником якості планів, що розробляються на підприємстві, служить *рівень їх напруженості*. Даний показник є універсальним і може застосовуватися для оцінки якості планів на всіх етапах їх існування. Напруженість планів служить одній з основних характеристик ступеня раціонального використання планованих економічних ресурсів в процесі виробництва продукції.

У загальному вигляді коефіцієнт напруженості планів можна визначити шляхом порівняння відповідних показників зі встановленою мірою або існуючим еталоном. Як подібний еталонний норматив або стандарт можуть виступати науково обґрунтовані або оптимальні планові показники. Тоді коефіцієнт напруженості планів буде виражений співвідношенням встановлених планових і діючих нормативних показників:

$$Кн = A_0 / Ае(н), \qquad (9.9)$$

де *Кн* — коефіцієнт напруженості плану;

A_0 — планований показник;

Ае(н) — еталонний або нормативний показник.

Приведений спосіб розрахунку коефіцієнтів напруженості планів може бути використаний для оцінки різноманітних розділів або показників планів: виробництва продукції, потреби ресурсів, продажі товарів, отримання доходів і тому подібне На стадії розробки планових показників необхідно забезпечити їх рівновагу з еталонними, що досягається при коефіцієнті напруженості, рівному одиниці. При оцінці напруженості виконання планів зазвичай порівнюються фактичні і еталонні показники. Чим більше значення розрахункового коефіцієнта, тим вище рівень напруженості оцінюваних планових показників. Перевищення плановими або фактичними показниками відповідних нормативних або еталонних значень в нормальних умовах роботи підприємства, як правило, не повинне відбуватися. Подібний випадок — це швидше за все ознака неякісного складання плану або свідоцтво неможливості його виконання. При його виникненні слідує, по-перше, скоректувати планові показники до рівноважного значення з виробничими можливостями підприємства або, по-друге, розширити пропозицію до рівня ринкового попиту.

Аналіз обсягу і динаміки виробництва продукції. За певний період аналіз може виконуватись як у натуральному, так і у вартісному виразі. При цьому використання натуральних вимірників обсягів випуску продукції найбільш доречне, оскільки дає змогу запобігти перекрученням, котре заподіює інфляція. Однак, підприємства, які мають значну номенклатуру виробів, не зажди можуть застосовувати натуральні вимірники. При цьому виникає необхідність забезпечення *зіставлення вхідних даних*. Органами державної статистики регулярно обчислюються та публікуються індекси цін. При цьому індекси споживчих цін виділяються як найбільш загальний показник, що характеризують інфляційні процеси, які відбуваються в національній економіці. Крім них, розраховується індекс цін виробників промислової продукції за формулою:

$$I_Ц = \frac{\sum K_1 Ц_1}{\sum K_1 Ц_0}, \qquad (9.10)$$

де $I_Ц$ — індекс цін;

$\sum K_1 Ц_1$ — вартість виробленої продукції в діючих цінах;

$\sum K_1 Ц_0$ — вартість виробленої продукції в базисних цінах.

За допомогою формули 9.10 фактичний обсяг випуску продукції в порівняльних цінах ($ВП^{ЦП}_1$) знаходиться наступним чином:

$$ВП^{ЦП}_1 = ВП_1 : I_Ц, \qquad (9.11)$$

де $ВП_1$ — фактичний випуск продукції в порівняльних цінах.

Приклад обчислення обсягу виробництва продукції в порівняльних цінах наведений в табл. 9.7.

Таблиця 9.7

ДИНАМІКА ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ

Рік	Обсяг виробництва продукції в діючих цінах, тис. грн.	Індекси цін	Обсяг виробництва продукції в цінах базисного року, тис. грн.	Темпи зростання виробництва, %	
				базисні	ланцюгові
1-й	80000	1,0	80000	100,0	100,0
2-й	82600	1,33	62105	77,6	77,6
3-й	85400	1,40	61000	76,3	98,2
4-й	84500	1,46	57877	72,3	94,9
5-й (звітній)	92700	1,28	72422	90,5	125,1

Дані табл. 9.7 свідчать, що обсяги виробництва продукції зменшувались, особливо в перші три роки. Загальну динаміку обсягів виробництва слід оцінити як незадовільну.

Аналізуючи динаміку обсягів виробництва продукції, треба рахувати середньорічний темп зростання (приросту):

$$T_{ВП} = \sqrt[n-1]{T_1 x T_2 x T_3 x T_4 x T_5} = \sqrt[4]{1{,}0x0{,}776x0{,}982x0{,}949x1{,}251} =$$
$$= \sqrt{0{,}905} = 0{,}9753 = 97{,}53\%$$

$$T_{пр} = 97{,}53 - 100 = -2{,}47\ \%$$

Середньорічний темп зниження росту виробництва продукції склав 2,47 %. Динаміку виробництва продукції можна представити графічно (рис. 9.3).

Важливим етапом аналізу є *оцінка виконання плану* по виробництву продукції за звітній період (місяць, квартал, рік). Для цього доцільно сформувати табл. 9.8.

Таблиця 9.8

АНАЛІЗ ВИКОНАННЯ ПЛАНУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ

Виріб	Обсяг виробництва продукції в планових цінах, тис. грн.		Відхилення, тис. грн.	Відсоток виконання плану, %
	план	факт		
А	12000	10800	— 1200	90,0
В	9000	11200	+2200	124,4
С	24000	20800	-3200	86,7
…	…	…	…	…
Разом	80000	81400	+1400	101,8

Дані табл. 9.8 свідчать про те, що план по випуску готової продукції перевиконаний на 1400 тис. грн., тобто на 1,8%. Значне відставання фактичних показників від планових спостерігається по виробам А (план виконаний на 90%) і С (план виконаний на 86,7%).

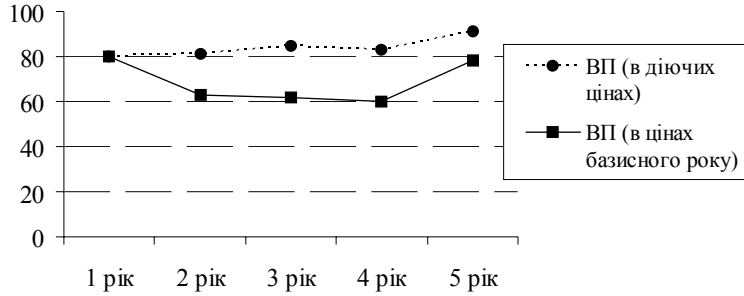

Рис. 9.3. Динаміка виробництва продукції за п’ять років

Оцінка асортименту і структури виробництва продукції. Асортимент — перелік видів продукції, які виробляються, із зазначенням обсягів випуску. Більш вузьким поняттям є номенклатура випуску, яка характеризує тільки кількість, різноманітність продукції, що виробляється на підприємстві.

Структура — це співвідношення окремих виробів у загальному обсязі виробництва, вираженому найчастіше у відсотках.

Аналіз виконання плану за асортиментом наведений в табл. 9.9.

Таблиця 9.9

АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІЇ

Виріб	Випуск продукції, тис. грн.		Виконання плану, %	Зараховується у виконання плану, тис. грн.
	план	факт		
А	400	380	95,0	380
Б	125	118	94,4	118
В	525	540	102,9	525
Г	130	148	113,8	130
Разом	1180	1186	100,5	1153

Загальну характеристику *змін в асортименті* продукції дає розрахунок однойменного коефіцієнту, який визначається співвідношенням обсягу виробництва продукції, зарахованого у виконання плану по асортименту до планового (базового) випуску продукції:

$$К_{ас} = \frac{\sum(ВП_{i1} \le ВП_{i0})}{ВП_0}. \qquad (9.12)$$

При цьому в виконання плану за асортиментом зараховується фактичний випуск продукції кожного виду, але не більше ніж заплановано. Розрахуємо коефіцієнт виконання плану за асортиментом по даним табл. 9.9.

$$К_{ас} = \frac{1153}{1180} = 0{,}977$$

Даний коефіцієнт свідчить, що в цілому по підприємству план виробництва продукції виконаний на 97,7 %. Недовиконання плану в грошовому виразі складає 27 тис. грн. (1153 — 1180).

Розрахунок показників *виконання плану за асортиментом* можна здійснювати і іншими способами:

— способом найменшого відсотка: найменше виконання плану серед усіх виробів (згідно даних табл. 9.9 це 94,4% по виробу Б);

— шляхом знаходження співвідношення кількості виробів, по яких план виконаний та загальної кількості планових позицій:

$$K_{ас(н)} = \frac{2}{4} = 0{,}50$$

Останній показник тісно пов'язаний з номенклатурою продукції, тому його називають коефіцієнтом номенклатурності ($К_{ас(н)}$).

Отже, розрахунки різними способами засвідчили що план виробництва готової продукції за асортиментом не виконано. Це свідчить про необхідність розширення та оновлення асортименту.

Збільшення обсягів виробництва по одним видам і скорочення по другим видам готової продукції призводить до зміни її структури: питома вага одних видів продукції зростає, а інших — зменшується

Виконати план за структурою виробництва — це зберегти в фактичному випуску продукції заплановане співвідношення окремих її видів. Нерівномірне виконання плану по окремим виробам призводить до відхилення від планової структури виробництва готової продукції, та змінює усі інші заплановані показники розвитку підприємства. Для розрахунку *впливу структурних порушень на випуск готової продукції* ($\Delta ВП_{сп}$) використовується метод прямого рахунку по всім виробам за формулою:

$$\Delta ВП_{сп} = ВП_1 - ВП^1, \qquad (9.13)$$

де $ВП_1$ — фактичний випуск продукції при фактичній структурі;

$ВП^1$ — фактичний випуск продукції при плановій структурі.

Для проведення розрахунків скористаємося табл. 9.9 фактичний випуск при плановій структурі (гр. 5 табл. 9.10) обчислюється помноженням загальної суми фактичного випуску продукції на планову питому вагу кожного виробу.

Таблиця 9.10

АНАЛІЗ ВПЛИВУ СТРУКТУРНИХ ПОРУШЕНЬ НА ВИПУСК ПРОДУКЦІЇ

Вироби	Випуск продукції, тис. грн.		Питома вага, %		Фактичний випуск при плановій структурі $\frac{гр.3 \times гр.4}{100}$	Зміна випуску продукції за рахунок структурних порушень	Зараховуються в виконання плану по структурі
	план	факт	план	факт			
1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*
А	400	380	33,9	32,1	402,0	–22,0	380
Б	125	118	10,6	9,9	125,7	–7,7	118
В	525	540	44,5	45,5	527,8	+12,2	527,8
Г	130	148	11,0	12,5	130,5	+17,5	130,5
Разом	1180	1186	100	100	1186	+29,7	1156,3

Як показують дані табл., відхилення виробництва готової продукції за рахунок структурних порушень дорівнює +29,7 тис. грн. Для визначення узагальнюючого показника, який характеризує виконання завдання по виробництву готової продукції за структурою ($К_{стр}$), потрібно суму продукції, яка зараховується до виконання завдання за структурою (гр. 8) співвіднести з фактичним випуском продукції:

$$К_{стр} = \frac{1156,3}{1186} = 0,975 \qquad (9.14)$$

Таким чином, підприємство повинно постійно контролювати процес формування асортименту і структури виробництва готової продукції. При цьому треба враховувати, з одного боку, попит на ті чи інші види продукції, а з другого — найбільш ефективно використовувати трудові, матеріальні, технічні, технологічні, фінансові та інші види ресурсів, які є в розпорядженні підприємства.

Аналіз рівномірності та ритмічності виробництва і реалізації готової продукції. Важливе значення при оцінці діяльності підприємства має рівномірність та ритмічність його функціонування.

Рівномірність виробництва готової продукції характеризує роботу підприємства з якісного боку і, насамперед, рівень організації господарської діяльності, ефективність використання обладнання, сировини і робочої сили. Рівномірність випуску продукції передбачає організацію роботи підприємства за вчасно розробленим графіком, це забезпечує успішне виконання передбачених завдань; сприяє кращому використанню виробничих ресурсів; підвищує якість готової продукції; дисциплінує працівників підприємства. Все це призводить до зниження собівартості продукції та підвищення рентабельності виробництва.

Ритмічність виробництва — це насамперед чітка, стійка і збалансована діяльність підприємства, яка дає змогу рівномірно випускати продукцію і виконувати свої зобов'язання перед споживачами. Ритмічна робота — це випуск продукції однаковими частками за будь-які однакові проміжки робочого часу (за днями чи декадами в середині місяця, за місяцями — у середині кварталу, тощо).

Не ритмічний випуск продукції протягом місяця здебільшого зумовлюється не рівномірним постачанням сировини, інших матеріальних цінностей, простоями робітників і обладнання. Такі організаційно-технічні заходи, як поліпшення матеріально-технічного постачання, посилення технічного контролю, тощо, можуть підвищити ритмічність випуску продукції.

Для характеристики ритмічності випуску продукції використовують коефіцієнт ритмічності, коефіцієнт варіації, коефіцієнт аритмічності.

Коефіцієнт ритмічності ($К_{рит}$) дорівнює відношенню фактичного випуску продукції (але не більше планового завдання; чи її питомої ваги) до планового випуску (питомої ваги):

$$К_{рит} = \frac{ВП^1}{ВП_0}, \quad (9.15)$$

де $ВП^1$ — фактичний випуск продукції, зарахований до виконання планового завдання;

$ВП_0$ — плановий випуск продукції.

Розрахуємо значення цього показника по даним табл. 9.11.

Таблиця 9.11

РИТМІЧНІСТЬ ВИПУСКУ ПРОДУКЦІЇ ПО КВАРТАЛАМ

Квартал	Випуск готової продукції				Сума, що зараховується в виконання плану по ритмічності
	За планом		Фактично		
	∑, тис. грн.	питома вага, %	∑, тис. грн.	питома вага, %	
1	290	24,6	285	24,0	285
2	290	24,6	276	23,3	276
3	295	25,0	300	25,3	295
4	305	25,8	325	27,4	305
За рік	1180	100,0	1186	100,0	1161

Коефіцієнт ритмічності по даним табл. 9.11 дорівнює 0,984 (1161÷1180), що свідчить про недостатньо ритмічну роботу підприємства: були допущені відхилення від запланованого рівня випуску продукції в першому і другому кварталах. Коефіцієнт аритмічності ($К_{ар}$) дорівнює 1 – 0,984 = 0,016.

Основні *причини аритмічності виробництва* полягають у наступному:

— коливання попиту на готову продукцію;

— низький рівень організації виробничого процесу;

— порушення технологічного процесу;

— не рівномірне матеріально-технічне забезпечення процесу виробництва;

— низький якісний рівень реалізації функцій планування і контролю на підприємстві.

Коефіцієнт варіації ($К_в$) визначається як відношення середньоквадратичного відхилення (σ) від планового завдання за добу (декаду, місяць, квартал) до середньодобового (середньодекадного, середньомісячного, середньоквартального) планового випуску продукції. Розрахуємо коефіцієнт варіації за даними табл. 9.11.

$$Кв = \frac{\sigma}{\overline{ВП_0}} = \frac{\sqrt{\frac{\sum(ВП_{i1} - \overline{ВП_0})^2}{n}}}{\overline{ВП_0}} =$$

$$= \frac{\sqrt{\frac{(285-295)^2 + (276-295)^2 + (300-295)^2 + (325-295)^2}{4}}}{295} = 0{,}063$$

де $ВП_{i1}$ — фактичний обсяг випуску готової продукції по кварталах;

$\overline{ВП_0}$ — середньоквартальний плановий випуск готової продукції;

n — кількість періодів.

У нашому прикладі коефіцієнт варіації дорівнює 0,063. Це означає, що випуск продукції по кварталам відхиляється від графіка в середньому на 6,3 %.

На завершення аналізу ритмічності доцільно визначити *упущену можливість* у зв'язку з неритмічною роботою. Для цього помножується різниця між найбільшим і найменшим середньодобовим випуском продукції на відповідну кількість робочих днів в періоді, який аналізується.

Ритмічність тісно пов'язана з комплектністю виробництва. Це поняття може бути визначено як пропорційність, збалансованість виробництва окремих деталей, вузлів, напівфабрикатів. Для індивідуального виробництва комплектність досягається протягом часу виконання замовлення; в серійному виробництві вона повинна дорівнювати часу виробничого циклу.

Оцінка якості та браку готової продукції. Важливим показником діяльності підприємств є якість продукції.

Поліпшення якості виробленої продукції — одна із форм конкурентної боротьби з іншими виробниками аналогічної готової продукції, завойовування і утримання позицій на ринку товарів і послуг. Високий рівень якості продукції сприяє підвищенню попиту, збільшенню обсягів продажу, суми прибутку, тощо.

Якість продукції це — сукупність властивостей продукції задовольняти певні потреби відповідно з її призначенням. Кількісна характерис-

тика одного чи декількох властивостей продукції, які визначають її якість, називаються показником якості продукції. Розрізняють загальні, індивідуальні і непрямі показники якості продукції.

Загальні показники характеризують якість всієї виробленої продукції незалежно від її виду і призначення:

- питома вага продукції вищої категорії якості;
- питома вага продукції, яка відповідає світовим стандартам;
- питома вага продукції, яка експортується та інші.

Індивідуальні показники якості продукції характеризують одну з її властивостей:

- корисність (жирність молока, калорійність вугілля і др.);
- надійність (довговічність, безвідмовність при експлуатації);
- технологічність (трудомісткість, енергомісткість);
- естетичність виробів.

Непрямі показники — штрафи за неякісну продукцію, обсяг і питома вага забракованої продукції, питома вага продукції, яка зарекламована, втрати від браку, тощо.

Для аналізу якості продукції використовують дані нормативно-технічної документації, акти випробувань, лабораторного контролю фізико-хімічних показників, відділу технічного контролю, журнали і графіки бездефектного виробництва продукції, тощо.

Оцінюючи якість продукції на підприємстві, перш за все аналізують зміну загальних показників якості продукції — табл. 9.12.

Як видно з табл., за звітний рік на підприємстві проведена відповідна робота по поліпшенню якості продукції і підвищенню її конкурентоспроможності, про що свідчить збільшення питомої ваги продукції вищої категорії якості і продукції яка поставляється на експорт.

Таблиця 9.12

АНАЛІЗ ЗАГАЛЬНИХ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Показники	Минулий рік	Звітний рік	
		план	факт
1. Обсяг продукції, тис. грн.	1087	1180	1186
2. Питома вага, %			
продукції вищої категорії якості	75,0	76,0	77,0
продукції яка поставляється на експорт	21,7	22,0	22,1
забракованої продукції	1,9	1,2	0,5
зарекламованої продукції	1,4	0,8	0,4

Належну точність визначення стану якості продукції забезпечують *показники сортності продукції.*

Сортність використовують щодо продукції, в якій допускаються певні, несуттєві відхилення деяких ознак і якостей від чинних стандартів і технічних вимог. Зважаючи на кількість передбачених сортів і співвідношення їх у загальному обсязі виробництва, визначають середній показник сортності як за планом, так і фактично — табл. 9.13.

Таблиця 9.13

АНАЛІЗ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Посортний коефіцієнт	Сорт продукції	Ціна за одиницю продукції, грн.	Випуск продукції, шт.		Вартість продукції, грн.			
							По ціні 1 сорту	
			плановий	фактичний	плановий	фактичний	планова	фактична
1,0	1	60	280	350	16800	21000	16800	21000
0,9	2	50	170	180	8500	9000	10200	10800
0,8	3	30	115	210	3450	6300	6900	12600
Разом			565	740	28750	36300	33900	44400

Згідно табл., середній коефіцієнт сортності можна розрахувати такими способами:

2. Відношенням кількості продукції 1 сорту до загальній кількості:

а) плановий коефіцієнт сортності

$$K_{C0} = \frac{280 \times 1{,}0 + 170 \times 0{,}9 + 115 \times 0{,}8}{565} = \frac{525}{565} = 0{,}93$$

б) фактичний коефіцієнт сортності

$$K_{C1} = \frac{350 \times 1{,}0 + 180 \times 0{,}9 + 210 \times 0{,}8}{740} = \frac{680}{740} = 0{,}92$$

2. Відношенням вартості продукції усіх сортів до можливої вартості продукції 1 сорту:

а) за планом

$$K_{C0} = \frac{28750}{33900} = 0{,}85$$

б) за фактом

$$K_{C1} = \frac{36300}{44400} = 0{,}82$$

Виконання плану за якістю дорівнює по першому способу 99% ($\frac{0{,}92}{0{,}93} \times 100\%$), по другому 96% ($\frac{0{,}82}{0{,}85} \times 100\%$).

Наприкінці розраховують вплив зміни кількості та якості продукції на обсяг її випуску у вартісному виразі. Розрахунок факторів проводять за наступною моделлю:

$$ВТП = К \; x \; \overline{Ц}\,, \qquad (9.16)$$

де *ВТП* — випуск товарної продукції у вартісному виразі;

К — кількість виробленої продукції;

$\overline{Ц}$ — середньозважена ціна одиниці продукції.

Середньозважена ціна згідно табл. 9.13 дорівнює:

$$\overline{Ц}_0 = \frac{ВТП_0}{К_0} = \frac{28750}{565} = 50{,}88 \; грн.$$

$$\overline{Ц}_1 = \frac{ВТП_1}{К_1} = \frac{36300}{740} = 49{,}05 \; грн.$$

Розрахунок факторів проведемо способом абсолютних різниць:

— зміна кількості виробленої продукції:

$$\Delta ВТП_{(К)} = (К_1 - К_0) \times \overline{Ц_0} = (740 - 565) \times 50{,}88 = +\,8904{,}0 \; грн.$$

— зміна якості (сортності) продукції:

$$\Delta ВТП_{(\overline{Ц})} = К_1 \times (\overline{Ц}_1 - \overline{Ц}_0) = 740 \, x \, (49{,}05 - 50{,}88) = -1354{,}0 \; грн.$$

разом: + 7550 грн.

Перевірка розрахунку:

$$\Delta ВТП = ВТП_1 - ВТП_0 = 36300 - 28750 = 7550 \text{ грн.}$$

Окрім кількості виробленої готової продукції та середньої ціни суттєвий вплив на вартість усього випуску товарної продукції впливає *структура виробництва*. Збільшення питомої ваги продукції більш високої якості позитивно впливає на суму випуску продукції; і навпаки —

збільшення питомої ваги продукції низької якості веде до зменшення загальної вартості виробленої продукції. Для оцінки впливу структури на випуск товарної продукції використовується наступна модель:

$$ВТП = \sum K_i \times Ц_i = \sum K \times d_i \times Ц_i \; ; \qquad (9.17)$$

де *Ki* — кількість виробленої продукції певного сорту;

Ці — ціна виробленої продукції певного сорту;

K — загальна кількість виробленої продукції;

di — питома вага виробленої продукції певного сорту.

На підставі даних табл. 9.14 проведемо аналіз впливу загальної кількості виробленої продукції, структури випуску та ціни реалізації на показник випуску товарної продукції у вартісному виразі.

Таблиця 9.14

ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ АНАЛІЗУ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ПОКАЗНИК ВИПУСКУ ТОВАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ У ВАРТІСНОМУ ВИРАЗІ

Сорт продукції	Ціна за одиницю продукції, грн.		Випуск продукції, шт.		Структура випуску продукції, %	
	план	факт	план	факт	план	факт
1	60	61	280	350	0,50	0,47
2	50	52	170	180	0,30	0,24
3	30	25	115	210	0,20	0,29
Разом	-	-	565	740	1,00	1,00

Обчислимо випуск товарної продукції за планом та фактичний:

$$ВТП_0 = \sum K_0 \times d_{i0} \times Ц_{i0} = 565 \times 0{,}50 \times 60 + 565 \times 0{,}30 \times 50 + \\ + 565 \times 0{,}20 \times 30 = 16950 + 8475 + 3390 = 28815 грн.$$

$$ВТП_1 = \sum K_1 \times d_{i1} \times Ц_{i1} = 740 \times 0{,}47 \times 61 + 740 \times 0{,}24 \times 52 + \\ + 740 \times 0{,}29 \times 25 = 21215{,}80 + 9235{,}2 + 5365 = 35816 грн.$$

Розрахуємо вплив факторів на зміну випуску товарної продукції; а саме:

— кількості випущеної продукції:

$$\Delta ВТП_{(K)} = \sum \Delta K \times d_{i0} \times Ц_{i0} = (740 - 565) \times 0{,}50 \times 60 + \\ + (740 - 565) \times 0{,}30 \times 50 + (740 - 565) \times 0{,}20 \times 30 = \\ = 5250 + 2625 + 1050 = 8925 грн.$$

— структури випуску продукції:

$$\Delta ВТП_{(d)} = \sum K_1 \times \Delta d_i \times Ц_{i0} = 740 \times (0{,}47 - 0{,}50) \times 60 + \\ + 740 \times (0{,}24 - 0{,}30) \times 50 + 740 \times (0{,}29 - 0{,}20) \times 30 = \\ = (-1332) + (-2220) + 1998 = -1554 \ грн.$$

— ціни одиниці продукції:

$$\Delta ВТП_{(Ц)} = \sum K_1 \times d_{i1} \times \Delta Ц_i = 740 \times 0{,}47 \times (61 - 60) + \\ + 740 \times 0{,}24 \times (52 - 50) + 740 \times 0{,}29 \times (25 - 30) = \\ = 347{,}8 + 355{,}2 - 1073 = -370 грн.$$

Проведемо перевірку розрахунків — абсолютна зміна випуску товарної продукції повинна дорівнювати сумі впливу всіх факторів:

$$\Delta ВТП = ВТП_1 - ВТП_0 = 35816 - 28815 = 7001 \text{ грн.}$$

$$\Delta ВТП = \Delta ВТП_{(K)} + \Delta ВТП_{(d)} + \Delta ВТП_{(Ц)} = 8925 - 1554 - 370 = 7001 грн.$$

У цілому випуск товарної продукції збільшився на 7001 грн. На це позитивно вплинуло збільшення кількості виробленої продукції. За рахунок цього фактору випуск товарної продукції збільшився на 8925 грн. Зміна структура виробництва продукції призвела до скорочення випуску товарної продукції на 1554 грн. Менш значний негативний вплив здійснила зміна ціни готової продукції — випуск товарної продукції зменшився на 370 грн.

Частина виробів у процесі виробництва псується через порушення технології, несправності устаткування або низьку кваліфікацію робітників. Це явище має назву «*брак продукції*».

Брак може бути виправним і невиправним, внутрішнім (виявлений на підприємстві) і зовнішнім (виявлений споживачами). Випуск браку веде до підвищення собівартості готової продукції, зменшенню обсягів товарної і реалізованої продукції, погіршенню показників прибутку і рентабельності.

При аналізі визначають загальну суму браку і відносну його величину (% браку), а також вивчають динаміку цього показника за ряд періодів. Особливу увагу потрібно приділити виявленню так званого прихованого браку, який з різних причин не відображається в облікових регістрах. Цей брак фігурує у вигляді якісної готової продукції і є причиною порушення в майбутньому ритму роботи і несподіваних збитків.

В процесі аналізу визначають витрати від браку — табл. 9.15 виникнення, місцезнаходження, час і винуватців. Основними причинами зниження якості продукції є погана якість сировини; низький рівень те-

хнології і організації виробництва; недостатньо високий рівень кваліфікації робітників; порушення ритмічності виробництва, тощо.

Таблиця 9.15

ОЦІНКА ВТРАТ ВІД БРАКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

№	Показники	Сума, грн.
1	Собівартість забракованої продукції	8600
2	Витрати на виправлення браку	1200
3	Вартість браку по ціні можливого використання	2300
4	Сума утримання з винуватців	140
5	Втрати від браку (8600 + 1200 –2300 – 140)	7360

Між якістю продукції й величиною браку існують неоднозначні взаємозв'язки. Наприклад, ріст кількості бракованої продукції не обов'язково викликає погіршення її якості.

Вивчаються причини зниження якості й допущеного браку продукції за місцями їх виникнення й центрами відповідальності, розробляються заходи з ліквідації. Причинами зниження якості продукції можуть бути: погана якість сировини, низький рівень технології й організації виробництва, недостатній рівень кваліфікації працівників, аритмічність виробництва й т.п.

Іншим непрямим показником, що тісно пов'язаний із проблемою захисту інтересів споживачів, є кількість рекламацій.

Рекламація — претензія, що пред'являється постачальникові у зв'язку з поставкою продукції, якість якої не відповідає умовам договору або контракту на поставку продукції.

Наявність або відсутність рекламацій є узагальнюючим показником нестабільності (стабільності) якості продукції. У процесі аналізу оцінюється:

— кількість пред'явлених і прийнятих рекламацій у цілому й за окремими видами продукції;

— кількість, вартість продукції й питома вага, за якою прийняті рекламації;

— динаміка кількості прийнятих рекламацій, вартості й частки такої продукції порівняно з минулим періодом або за ряд періодів.

На обсяг виробництва продукції підприємства впливає безліч факторів, пов'язаних з його організаційно-технічним рівнем, ефективністю використання виробничого потенціалу, включаючи засоби праці і предмети праці, трудові ресурси. *Фактори, які впливають на обсяг вироб-*

ництва продукції, і вплив яких може бути кількісно виміряний за допомогою детермінованих моделей, можна об'єднати в три групи:

— забезпеченість підприємства трудовими ресурсами і ефективність їх використання:

$$ВТП = ЧР \times П, \quad (9.18)$$

де *ВТП* — виробництво товарної продукції;

ЧР — середня чисельність робітників підприємства;

П — продуктивність праці одного робітника.

— забезпеченість підприємства основними виробничими фондами і ефективність їх використання:

$$ВТП = ОВФ \times ФВ, \quad (9.19)$$

де *ОВФ* — середня вартість основних виробничих засобів підприємства;

ФВ — фондовіддача основних виробничих засобів підприємства.

— забезпеченість процесу виробництва сировиною, матеріалами і ефективність їх використання:

$$ВТП = МР \times МВ, \quad (9.20)$$

де *МР* — матеріальні ресурси, які були використані для виробництва продукції;

МВ — матеріаловіддача (виробництво продукції на 1 грн. матеріальних витрат).

Розрахунок впливу даних факторів на обсяг валової продукції можна провести одним із прийомів детермінованого факторного аналізу.

Резерви збільшення виробництва продукції виявляються в процесі аналізу виконання виробничої програми. При збільшенні обсягу виробництва продукції зростають тільки перемінні витрати, — пряма зарплата робітників, прямі матеріальні витрати і так далі — сума ж постійних витрат, як правило, не змінюється, у результаті чого і знижується собівартість продукції.

Резерви скорочення витрат можна установити по кожній статті витрат за рахунок конкретних організаційно-технічних заходів — упровадження нової, більш прогресивної техніки і технології виробництва, поліпшення організації праці і так далі — які будуть сприяти економії заробітної плати, сировини, матеріалів і енергії.

Таким чином, всебічний і глибокий аналіз виробничої діяльності підприємства дозволяє виявити визначені резерви підвищення ефективності його діяльності, як за рахунок поліпшення окремих виробничих показників, так і за рахунок оптимізації виробництва. А створення оптимальної виробничої структури підприємства — максимально підвищити ефективність, використовуючи ці резерви, що немаловажно в сучасних умовах господарювання виробничих підприємств.

9.5. Аналіз процесу реалізації готової продукції

В міру насичення ринку та посилення конкуренції вже не виробництво визначає обсяг реалізації, а навпаки, можливий обсяг реалізації є основою розроблення виробничої програми. Підприємство має виробляти тільки ті товари і в такому обсязі, які воно може реально й прибутково реалізувати. Тому реалізація готової продукції — це ланка зв'язку між виробником і споживачем. Від того, як продається продукція, який попит на неї на ринку, залежить і обсяг її виробництва.

Темпи зростання обсягу реалізації готової продукції безпосередньо впливають на величину витрат, прибуток та рентабельність підприємства. Тому аналіз процесу реалізації готової продукції має важливе значення. Його основні напрямки:

— оцінка рівня виконання плану (прогнозу) та динаміки реалізації готової продукції, асортименту і структури, аналіз рівномірності та ритмічності реалізації готової продукції;

— аналіз виконання договірних зобов'язань щодо поставок готової продукції (виконання плану поставок за місяць та наростаючим підсумком у цілому по підприємству щодо окремих споживачів та видів продукції, аналіз розміру партій готової продукції, необхідна кількість транспортних засобів, щодо поставок готової продукції);

— аналіз ринку збуту готової продукції (оцінка структури ринку збуту, місткості та частки);

— оцінка каналів збуту та мереж розповсюдження готової продукції (оцінка динаміки, структури розповсюдження продукції та каналів збуту, оцінка охоплення ринку збуту);

— аналіз цінової політики підприємства на товарних ринках (оцінка змісту процедур установлення ціни, рівня цін для визначення обґрунтованості конкретної ціни на продукцію);

— визначення впливу різних факторів на зміну величини цих показників;

— розроблення заходів для збільшення обсягів реалізації готової продукції.

Розглянемо детально кожний напрямок аналізу показників виробництва продукції.

Оцінюючи процес реалізації продукції на підприємстві, перш за все *аналізують виконання плану (прогнозу) та динаміку реалізації готової продукції, асортименту і структури, аналіз рівномірності та ритмічності реалізації готової продукції (див п.9.4).*

Також аналіз реалізації продукції тісно пов'язаний з *аналізом виконання договірних зобов'язань* з постачання готової продукції. Аналіз виконання договірних зобов'язань ведеться працівниками відділу збуту

підприємства. Він повинен бути організований в розрізі окремих договорів, видів продукції, термінів постачання.

Невиконання договірних зобов'язань спричиняє зменшення виручки, прибутку, штрафні санкції. Крім того, за умов конкуренції підприємство може втратити ринки збуту продукції, що призведе до спаду виробництва.

Особливо важливе значення для підприємства має виконання міжнародних угод та державних контрактів. Це гарантує підприємству збут продукції, своєчасну її оплату, податкові та кредитні пільги.

Під час аналізу визначають виконання плану поставок за місяць та наростаючим підсумком у цілому по підприємству щодо окремих споживачів та видів продукції, з'ясовують причини невиконання плану та оцінюють стан виконання договірних зобов'язань (табл. 9.16).

Таблиця 9.16

АНАЛІЗ ВИКОНАННЯ ДОГОВІРНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ З ВІДВАНТАЖЕННЯ ПРОДУКЦІЇ ЗА СІЧЕНЬ 2011Р.

(шт.)

Виріб	Споживач	План поставки	Фактично відвантажено	Недопоставка продукції	Заліковий обсяг у межах плану
А	АТ «Електрон»	25	25	-	25
	АТ «Шлях»	42	42	-	42
	АТ «Еталон»	50	40	— 10	40
В	АТ «Бель»	8920	8800	— 120	8800
	АТ «Консан»	1916	2000	-	1916
…	…	…	…	…	…
Разом		18 000	12 600	— 5400	12 600

При цьому визначається коефіцієнт виконання договірних зобов'язань (*Кд*):

$$К_Д = \frac{ВП_0 - ВП_{нп}}{ВП_0}, \qquad (9.21)$$

де $ВП_0$ — плановий об'єм продукції для укладення договорів;

ВПнп — недопоставка продукції за договорами.

$$К_Д = \frac{18000 - 5400}{18000} = 0{,}7, або 70\%$$

Згідно табл. 9.16 за звітний місяць кількість недопоставленої готової продукції за договорами 5400 шт., або 30 %, а в цілому за рік — на 45 % (табл. 9.17).

Таблиця 9.17

АНАЛІЗ ВИКОНАННЯ ДОГОВІРНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ЗА РІК

(шт.)

Місяць	План поставки продукції		Недопоставка продукції		Виконання, %	
	за місяць	з початку року	за місяць	з початку року	за місяць	з початку року
Січень	18 000	18 000	– 5400	– 5400	70,0	70,0
…	…	…	…	…	…	…
Грудень	19 000	222 000	-	– 99 000	100,0	55,0

Як свідчить практика, відхилення від договірних зобов'язань пов'язане з величиною партії виробів, недостатньою кількістю транспортних засобів, різними технологічними особливостями вантажопереробки, але головні причини полягають у відмові контрагентів від продукції виробника, через неконкурентоспроможність виробів, скорочення обсягів виробництва підприємствами-споживачами тощо.

Від ринків збуту залежать обсяг продажу, середній рівень цін, виручка від реалізації продукції, сума отриманого прибутку та ін. Треба звернути увагу на тому, що знання ринку того чи іншого товару є надзвичайно важливим для підприємства, оскільки, знаючи всю сукупність фірм, які функціонують у цій сфері обміну, можна виявити потенціальних та регіональних конкурентів.

Аналізуючи структуру ринків збуту необхідно звернути увагу на які ринки країн СНД орієнтовано конкурентоспроможні вироби. Вихід на ринки інших країн світу потребує додаткових ринкових досліджень і є взагалі проблематичним, бо конкуренто-спроможність (технічні параметри виробів) є нижчою за міжнародні стандарти. Існують також інші обмеження (наприклад, висока вартість сертифікації).

Також необхідно проаналізувати регіональну структуру ринку споживчих товарів, щоб визначити, як широко охоплено ринок збуту в кожній області України. При цьому оцінюючи регіональні ринки, необхідно досліджувати ринок кожної області, щоб з'ясувати причини різного обсягу продажу даного товару.

Місткість товарного ринку є одним з основних об'єктів дослідження ринку збиту, оскільки цей показник відображає принципово можливий обсяг збуту товару підприємства. Місткість ринку визначається обсягом (у фізичних одиницях або вартісному вираженні) товарів, які на ньому реалізуються протягом року. *Місткість ринку* можна визначити за такою формулою:

$$Мр = ВТП + З + І – Е \qquad (9.22)$$

де *Мр* — місткість ринку;

ВТП — виробництво товарної продукції;

З — залишки товарних запасів;

І — імпорт товарів;

Е — експорт товарів.

Іншим важливим показником, величину якого необхідно як найретельніше визначати та прогнозувати, є показник ринкової частки. *Ринкова частка — це відношення обсягу продажу певного товару даного підприємства до сумарного обсягу продажу цього товару всіма підприємствами, що діють на даному ринку*. Цей показник є ключовим для оцінки конкурентної позиції організації.

Вибрані підприємством *канали збуту та мережа розповсюдження товарів* також впливають на обсяг реалізації готової продукції. Аналізуючи канали збуту готової продукції підприємства необхідно оцінити динаміку, структуру розповсюдження товарів обсяг та інтенсивність охоплення каналів прямого і непрямого збуту (бази, торги, універмаги, торгові центри, крамниці, виробничі та інші підприємства, що купують споживчі товари безпосередньо для своїх потреб) та розробити пропозиції щодо поліпшення мережі розповсюдження товарів.

Підсумки аналізу каналів збуту готової продукції та їх питому вагу в загальному обсязі реалізації підприємства показано в табл. 9.18.

Таблиця 9.18

АНАЛІЗ КАНАЛІВ ЗБУТУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА 2010–2011 рр.

Канал збуту	Обсяг реалізації готової продукції				Абсолютне відхилення (+, -)	Темп росту, %
	2010 рік	питома вага, %	2011 рік	питома вага, %		
1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*
Оптові торгові організації	11,6	3,0	12,6	3,2	1,0	108,6
Роздрібні торгові організації	12,3	3,2	22,4	5,7	10,1	182,1
Спеціалізовані відділи в крамницях	7,8	2,0	6,6	1,6	-1,2	84,6
Промислові підприємства	293,4	76,9	300,1	76,6	6,7	102,3
Мережа консигнаційних складів	56,3	15,0	50,3	12,8	-6,0	89,3
Загальний обсяг реалізації	381,4	100,0	392,0	100,0	10,6	102,7

В табл. 9.19 проведений аналіз прямих та непрямих каналів збуту готової продукції підприємства.

Таблиця 9.19

АНАЛІЗ ПРЯМИХ ТА НЕПРЯМИХ КАНАЛІВ ЗБУТУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Канали збуту	Кількість торгових точок		Абсолютне відхилення (+, -)	% скорочення мережі
	2010 р.	2011 р.		
Непрямі + прямі канали збуту	246	104	–142	57,7
Непрямі канали збуту, усього	213	93	–120	56,3
1. Бази й торги	52	5	–47	90,4
2.Промислові підприємства	12	10	–2	16,6
3. Універмаги, торгові будинки, торгові центри	48	23	–25	52,1
4. Крамниці	101	55	–46	45,6
Прямі канали збуту	33	11	–22	66,6

Як свідчать дані (табл. 9.18, 9.19) у 2011 року сталося різке зниження на 142 торгових точок реалізації готової продукції. Загальне скорочення каналів збуту в 2011 році становило від 16,6 % до 90,4 %. На частку непрямого розподілу припадає понад 56 %. Але не зважаючи на це загальних обсяг реалізації готової продукції збільшився на 2,7 % та склав 392 тис. грн.

Основними причинами, що можуть призвести до скорочення, каналів збуту готової продукції можна вважати такі:

— погіршання загальної економічної кон'юнктури;

— помилка керівництва підприємства, яка залишила без достатньої уваги запити ринку;

— формування регіональної мережі збуту не на підставі ретельних розрахунків конкретного попиту, а на підставі особистих можливостей (контактів) працівників служби збуту;

— не охоплено всіх регіональних областей України;

— загальне непродумане скорочення чисельності служби збуту замість того, щоб посилити певні її напрямки тощо.

Одним з найсуттєвіших напрямків аналізу є *цінова політика підприємства* на товарних ринках. Ціни забезпечують підприємству запланований прибуток, конкурентоспроможність продукції, попит на неї. Через ціни реалізуються кінцеві комерційні цілі, визначається ефективність діяльності всіх ланок виробничо-збутової структури підприємства.

Цінова політика полягає в тому, що підприємство встановлює ціни на такому рівні та змінює їх (залежно від ситуації на ринку) так, щоб забезпечити досягнення короткострокових і довгострокових цілей.

Процес ціноутворення розглядається як серія процедур установлення ціни. Тому (залежно від цілей аналізу) аналізують або окремі процедури або весь комплекс.

Зміст та послідовність аналізу цінової політики загалом можна розподілити на такі етапи:

І етап. Аналіз впливу типів ринку на цінову політику. Аналізуючи цінову політику, треба мати на увазі, що вона залежить від типу ринку. В економічній літературі виокремлюють чотири типи ринку («чиста конкуренція», «монополістична конкуренція», «олігополістична конкуренція», «чиста монополія»), кожний з яких має власні проблеми в галузі ціноутворення. За винятком роботи на ринках чистої конкуренції, підприємствам необхідно аналізувати методику встановлення початкової ціни на свої товари.

ІІ етап. Аналіз цілей ціноутворення. Політика цін залежить від того, яких саме цілей підприємство намагається досягти за допомогою конкретного товару. Прикладами таких цілей можуть бути: виживання підприємства, максимізація прибутку, вихід у лідери за показниками частки ринку або якості товару, оволодіння відповідною часткою ринку та ін. Так, забезпечення виживання стає основною ціллю підприємства тоді, коли на ринку занадто багато виробників та панує гостра конкуренція, або тоді, коли потреби клієнтів несподівано й різко змінюються.

ІІІ етап. Аналіз факторів, що визначають цінову політику підприємства. На практиці процес формування цін залежить від багатьох факторів — витрат виробництва, величини попиту, конкуренції, транспортних витрат, ввізного мита, зміни курсів обміну валют, реклами та інших елементів стимулювання збуту. Отже, під час аналізу треба враховувати усі вище перераховані фактори.

ІV етап. Аналіз умов та методів формування початкової ціни на товар. Змістом цього етапу аналізу є: оцінка попиту, витрат, аналіз цін та товарів конкурентів та методів ціноутворення, що вживаються.

V етап. Аналіз варіантів зміни цін конкурентами. Підприємства, що розробили власну систему цін та стратегію ціноутворення в процесі своєї діяльності, змушені знижувати або підвищувати ціни (табл. 9.20). Причинами цього є, наприклад, недовантаження виробничих потужностей, інфляція, надмірний попит та ін.

Для глибокого аналізу проблем, що пов’язані з реалізацією продукції, слід перейти до детального розгляду дії всього комплексу *факторів, які можуть впливати на кінцевий обсяг реалізації продукції* (рис. 9.4).

Таблиця 9.20

АНАЛІЗ РІВНЯ ЦІН НА ВИРОБИ «Х» І АНАЛОГІЧНІ ВИРОБИ ПІДПРИЄМСТВ-КОНКУРЕНТІВ ЗА 2011 РІК

Виріб	Ціна підприємства		Ціна виробу-аналога підприємства-конкурента	Ціна підприємства у % до ціни конкурента	Підприємство-конкурент
	грн.	долар	долар		
«Х»					
Х-1	47,79	5,9	5,1	115,7	ПАТ «Крос» м. Київ
Х-2	53,50	6,6	6,7	98,5	ПАТ «РРК», м. Харків
Х-3	22,90	2,8	1,9	147,4	ТОВ «Рефлектор», м. Львів

Рис. 9.4 Фактори, які впливають на обсяг реалізації продукції

Як бачимо, кожну групу факторів треба аналізувати за відповідними методиками. На їх підставі або на підставі спеціальних методів аналізу готуються проекти управлінських рішень. Оскільки для України важливим завданням є розвиток експорту, то обсяги експортних поставок, терміни виконання, види продукції, стратегія конкурентів тощо стають одним із першочергових завдань аналізу факторів, які впливають на обсяг реалізації продукції.

Кожному підприємству необхідно *розробляти заходи для збільшення обсягів реалізації готової продукції,* щоб мати реальні можливості збільшення обсягів реалізації продукції за умови внесення коректив у існуючі маркетингові прогнози, обґрунтування та підготовки комплексу управлінських рішень. Основні напрямки розроблення таких рішень:

— модернізація та поліпшення продукції, що випускається.

— зняття з виробництва нерентабельних виробів та виробів, що не користуються попитом.

— зниження цін на окремі види продукції, з урахуванням рівня цін конкурентів;

— пошук нових сфер застосування готової продукції;

— впровадження заходів для повернення втрачених у конкурентній боротьбі споживачів: оптимізація каналів збуту, розширення збутової мережі як в Україні, так і за її межами.

— підготовка та організація виробництва нових виробів, що користуються попитом, та ін.

9.6. Аналіз процесу розрахунків з покупцями готової продукції

Аналіз стану розрахунків підприємства з покупцями готової продукції дуже важливий, оскільки великий вплив на оборотність капіталу, вкладеного в поточні активи, а отже, і на фінансовий стан підприємства надає збільшення або зменшення їх заборгованості.

Різке збільшення дебіторської заборгованості і її частки в поточних активах може свідчити про необачну кредитну політику підприємства по відношенню до покупців або про збільшення об'єму продажів, або неплатоспроможності і банкрутстві частини покупців. З іншого боку, підприємство може скоротити відвантаження продукції, тоді рахунки дебіторів зменшаться.

Тому аналіз стану розрахунків з покупцями готової продукції необхідний не тільки керівництву підприємства, але і її працівникам для того, щоб дати об'єктивну оцінку фінансового стану підприємства, реальності погашення і забезпечення його зобов'язань.

Отже, аналіз розрахунків з покупцями готової продукції здійснюється за наступними напрямками:

— досліджування складу покупців підприємства;

— оцінка виконання договірних зобов'язань з постачання готової продукції (визначення меж цінових знижок для прискорення оплати виставлених рахунків);

— визначення форм розрахунків, які застосовується на підприємстві для розрахунків з покупцями (оцінити доцільність збільшення відпускання продукції в кредит);

— оцінка структури і динаміки заборгованості покупців за відвантажену продукцію (визначення її питомої ваги у складі всієї дебіторської заборгованості, у складі оборотних активів і у складі всього майна (активів) даного підприємства і динаміку заборгованості покупців).

— аналіз ритмічності відвантаження і продажу готової продукції покупцям;

— прогнозування стану заборгованості покупців готової продукції в межах поточного року.

Розглянемо детально кожний напрямок аналізу показників процесу розрахунків з покупцями готової продукції.

Аналіз розрахунків з покупцями на підприємстві необхідно почати з вивчення *складу покупців і замовників*. Для цього необхідно розглянути об'єм відвантаження готової продукції і наданих послуг різним покупцям і замовникам (табл. 9.21).

Таблиця 9.21

ПЕРЕЛІК ПОКУПЦІВ І ЗАМОВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА У 2011 р.

Найменування організації	Вартість наданих послуг і відвантаженої готової продукції, тис. грн.	Питома вага, %
ПАТ Сармат	27549	22,4
ПАТ БКК	67396	54,8
ПП Кобець	3936	3,2
…	3073	2,5
Разом, в т.ч:	122985	100
юридичні особи	122904	99,9
фізичні особи	81	0,1

Як видно з табл. 9.21 підприємство, що вивчається, не дивлячись на значні об'єми продажів, має відносно невелике число покупців і замов-

ників. Найбільш крупними покупцями готової продукції у 2011 році був ПАТ БКК (54,8 % всій відвантаженій продукції). Переважна частина покупців і замовників продукції — юридичні особи (99,9 %). Фізичним особам у 2011 році було продано продукції на суму 81 тис. грн., що склало всього 0,1 % об'єму продажів. Далі необхідно проаналізувати, які *форми розрахунків застосовуються* на підприємстві для розрахунків з покупцями (табл. 9.22).

Таблиця 9.22

АНАЛІЗ ФОРМ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ПІДПРИЄМСТВА У 2011 р.

Способи погашення зобов'язань покупцями	Сума операції, тис. грн.	Питома вага, %
Розрахунки наявними грошовими коштами	6428	5,3
Розрахунки платіжними дорученнями	111961	92,1
Вексельні операції	2552	2,1
Товарообмінні операції	367	0,3
Залік взаємних вимог	246	0,2
Разом погашено зобов'язань у т.ч.:	121554	100
грошовими способами негрошовими способами	118389 3165	97,4 2,6

За даними табл. 9.22 можна зробити висновок, що основну частину зобов'язань (97,4 %) в 2011 році покупці оплачували грошовими способами. Переважна частина розрахунків — 92,1 % — була здійснена перерахуванням сум оплати за продукцію на розрахунковий рахунок підприємства платіжними дорученнями. Необхідно відзначити, що на підприємстві, досить високий рівень розрахунків наявними грошовими коштами — 5,3 %, або 6428 тис. грн., що було пов'язане з труднощами фінансового положення деяких підприємств — замовників. Крім того, розрахунки з покупцями — фізичними особами проводилися тільки за готівковий розрахунок. У 2011 р. для розрахунків з покупцями і замовниками використовувалися також вексельні і товарообмінні операції, здійснювався залік взаємних вимог.

Оцінка виконання договірних зобов'язань з постачання готової продукції. Недовиконання плану за договорами для підприємства обертається зменшенням виручки, прибутку, виплатою штрафних санкцій. Крім того, в умовах конкуренції підприємство може втратити ринки збуту продукції, що спричинить спад виробництва.

В процесі аналізу необхідно визначити виконання плану постачань за місяць і наростаючим підсумком в цілому по підприємству, в розрізі окремих покупців і замовників, з'ясувати причини недовиконання плану і дати оцінку діяльності по виконанню договірних зобов'язань. Проаналізуємо виконання договірних зобов'язань по відвантаженню продукції основному найбільш крупному покупцеві — ПАТ БКК (табл.. 9.23).

Таблиця 9.23

АНАЛІЗ ВИКОНАННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ДОГОВІРНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПО ВІДВАНТАЖЕННЮ ПРОДУКЦІЇ І НАДАННЮ ПОСЛУГ ПАТ БКК за 2011 рік

(тис. грн.)

Продукція	План постачання продукції і виконання робіт за договором	Факт відвантаження продукції і виконання робіт	Недопостачання продукції	Заліковий об'єм в межах плану
А	9783	8612	1171	8612
Б	12635	14392		12635
В	148	132	16	132
Г	36	29	7	29
Д	…	….	…	…
Разом	65307	67396	1194	64113

При цьому визначається коефіцієнт виконання договірних зобов'язань (*Кд*):

$$К_Д = \frac{ВП_0 - ВП_{нп}}{ВП_0}, \qquad (9.23)$$

де $ВП_0$ — плановий об'єм продукції для укладення договорів;

ВПнп — недопоставка продукції за договорами.

$$К_Д = \frac{65307 - 1194}{65307} = 0{,}982, або 98{,}2\%$$

З табл. 9.23 і приведеного розрахунку видно, що за 2011 рік підприємство недопостачало продукції за договорами з ПАТ БКК на суму 1194 тис. грн., або на 1,8 %. Зокрема, в порівнянні з договорами менше було виконано договірних зобов'язань по відвантаженню продукції А (на 1171 тис. грн.), продукції В (на 16 тис. грн.). Причиною невиконання договірних зобов'язань по даних видах робіт було невчасне постачання необхідних матеріалів і комплектуючих виробів постачальниками. Позитивно можна оцінити той факт, що решта видів

ми. Позитивно можна оцінити той факт, що решта видів продукції і робіт була поставлена ПАТ БКК в більшому обсязі, чим це планувалося.

Також необхідно оцінити виконання всіх договірних зобов'язань підприємства по місяцям за 2011 рік (табл. 9.24).

Таблиця 9.24

АНАЛІЗ ВИКОНАННЯ ДОГОВІРНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПО МІСЯЦЯМ ЗА 2011 РІК

(тис. грн.)

Місяць	План постачання продукції, тис. грн.		Недопостачання продукції, тис. грн.		Виконання %	
	За місяць	З початку року	За місяць	З початку року	За місяць	З початку року
Січень	10012	10012		-	100	100
Лютий	9938	19950	520	520	94,8	97,4
Березень	9632	29582		520	100	98,2
Квітень	10025	39607		520	100	98,7
Травень	9782	49389	748	1268	92,4	97,4
Червень	9431	58820		1268	100	97,8
Липень	8013	66833		1268	100	98,1
Серпень	12708	79541	1135	2403	91,1	97,0
Вересень	10123	89664	230	2633	97,7	97,1
Жовтень	13653	103317	1012	3645	92,6	96,5
Листопад	7994	111311		3645	100	96,7
Грудень	8325	119636		3645	100	97,0

Як видно з табл. 9.24, за 2011 рік підприємство недопостачало продукції і недовиконало робіт за договорами на суму 3645 тис. грн., або на 3 %. Найбільший рівень виконання плану з постачання був досягнутий у січні, березні, квітні, червні, липні, листопаді і грудні, а найменший — у лютому, травні і серпні. Причиною такої незбалансованості продажів продукції і виконання робіт є невчасне постачання необхідних матеріалів постачальниками. В даному випадку негативну роль зіграли і недоліки в плануванні. Підприємству необхідно удосконалювати систему планування, оскільки недопостачання продукції негативно впливає не тільки на підсумки діяльності підприємства, але і на роботу підприємств — суміжників.

Також необхідно *проаналізувати ритмічність відвантаження і продажу продукції підприємства покупцям.*

Для оцінки виконання плану продажів з ритмічності використовуються прямі і непрямі показники. Прямі показники — коефіцієнт ритмічності, коефіцієнт варіації, коефіцієнт аритмічності, питома вага продажу продукції за кожну декаду, добу) до місячного випуску, питома вага проданої продукції за кожен місяць до квартального випуску, питома вага проданої продукції за кожен квартал до річного об'єму продажів, питома вага продукції, проданої в першу декаду звітного місяця, до третьої декади попереднього місяця.

Непрямі показники ритмічності — наявність доплат за наднормові роботи, оплата простоїв з вини господарюючого суб'єкта, втрати від браку, сплата штрафів за недопостачання і невчасне відвантаження продукції, наявність наднормативних залишків незавершеного виробництва і готової продукції на складах.

Вище перераховані показники нами були розглянуті і розраховані в п. 9.4 аналіз процесу виробництва готової продукції.

Аналіз заборгованості покупців і замовників за виконані роботи і відвантажену готовою продукцію на підприємстві доцільно почати з *визначення її питомої ваги у складі всієї дебіторської заборгованості,* у складі оборотних активів і у складі всього майна (активів) даного підприємства за станом на початок і кінець звітного року (табл. 9.25).

Таблиця 9.25

АНАЛІЗ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПОКУПЦІВ І ЗАМОВНИКІВ В СТРУКТУРІ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ І АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Показники	На 01.01.2011 р.		На 01.01.2012 р.	
	Сума, тис. грн.	Питома вага %	Сума, тис. грн.	Питома вага %
1	*2*	*3*	*4*	*5*
Дебіторська заборгованість (всього)	5515	100	8491	100
у т.ч. заборгованість покупців і замовників — з неї векселі до отримання	785 95	14,2 1,7	2216 359	26,1 4,2
Оборотні активи, всього	135118	100	218451	100
у т.ч. заборгованість покупців і замовників — з неї векселі до отримання	785 95	0,58 0,07	2216 359	1,01 0,16
Актив балансу	338833	100	576929	100
у т.ч. заборгованість покупців і замовників — з неї векселі до отримання	785 95	0,23 0,01	2216 359	0,38 0,06

Як видно з табл. 9.25 заборгованість покупців і замовників на початок 2011 р. складає 14,2 % всій дебіторській заборгованості, на кінець періоду, що вивчається, її питома вага в структурі дебіторської заборгованості збільшилася до 26,1 %. Позитивно можна оцінити зростання заборгованості покупців і замовників, забезпеченої векселями, в структурі всієї дебіторської заборгованості з 1,7% на 1 січня 2011 р. до 4,2 % на 1 січня 2012 р. Частка заборгованості покупців в структурі оборотних активів підприємства, що вивчається, також збільшилася з 0,58 % на початок року до 1,01 % на кінець року.

Необхідно проаналізувати *структуру і динаміку заборгованості покупців і замовників*, виявити і вивчити причини їх зміни (табл. 9.26).

Таблиця 9.26

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ І СТРУКТУРИ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПОКУПЦІВ І ЗАМОВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Найменування боргових зобов'язань	Кількісні зміни				Структурні зрушення		
	тис. грн.			відносне відхилення, %	у % до підсумку		відхилення, %
	на початок року	на кінець року	абсолютне відхилення		на початок року	на кінець року	
Короткострокові, у т.ч.	183	338	155	84,7	23,3	15,3	-8,0
незабезпечені векселями	168	175	7	4,2	91,8	51,8	-40,0
забезпечені векселями	15	163	148	986,7	8,2	48,2	40,0
Довгострокові, у т.ч.	602	1878	1276	212,0	76,7	84,7	8,0
незабезпечені векселями	522	1682	1160	222,2	86,7	89,6	2,9
забезпечені векселями	80	196	116	145,0	13,3	10,4	-2,9
Всього, у т.ч.	785	2216	1431	182,3	100	100	-
незабезпечені векселями	690	1857	1167	169,1	87,9	83,8	-4,1
забезпечені векселями	95	359	264	277,9	12,1	16,2	4,1

За даними табл. 9.26 можна зробити висновок, що протягом періоду, що вивчається, дебіторська заборгованість підприємства збільшилася в абсолютному виразі на 1431 тис. грн., або на 182,3 % у відносному виразі. При цьому найістотніше збільшилася заборгованість покупців і

замовників, платежі по якій очікуються протягом 12 місяців після звітної дати — на 1276 тис. грн., або на 212 %. Крім того, її частка в загальній сумі заборгованості також зросла з 76,7 % на початок року до 84,7 % на кінець року (на 8%).

Заборгованість покупців і замовників, платежі по якій очікуються після 12 місяців після звітної дати, збільшилася протягом звітного року на 155 тис. грн., або на 84,7 %. Позитивно можна оцінити зниження її частки в структурі всієї заборгованості покупців і замовників з 23,3 % за станом на 1 січня 2011 року до 15,3 % на 1 січня 2012 року, проте питома вага довгострокової заборгованості все ж таки залишається відносно великою.

Збільшення заборгованості покупців і замовників і її частки в поточних активах в даному випадку може свідчити або про необачну кредитну політику підприємства по відношенню до покупців або про збільшення об'єму продажів. Тому далі необхідно провести *аналіз динаміки продажів і заборгованості покупців і замовників* (табл. 9.27)

Таблиця 9.27

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ПРОДАЖІВ ПРОДУКЦІЇ І ЗАБОРГОВАНОСТІ ПОКУПЦІВ І ЗАМОВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА за 2011 р.

Місяць	Об'єм продажів, тис. грн.	Темпи зростання, %		Заборгованість покупців і замовників на 1 число наступного місяця, тис. грн.	Темпи зростання, %	
		базисні	ланцюгові		базисні	ланцюгові
Січень	10135	-	-	656	-	-
Лютий	9418	92,9	92,9	713	108,7	108,7
Березень	9793	96,6	104,0	844	128,7	118,4
Квітень	11518	113,6	117,6	512	78,0	60,7
Травень	9034	89,1	78,4	918	140,0	179,3
Червень	9504	93,8	105,2	416	63,4	45,3
Липень	10088	99,5	106,1	793	120,9	190,6
Серпень	11573	114,2	114,7	941	143,4	118,7
Вересень	9893	97,6	85,5	1089	166,0	115,7
Жовтень	12641	124,7	127,8	1750	266,8	160,7
Листопад	10144	100,1	80,2	1854	282,6	105,9
Грудень	9244	91,2	91,1	2216	318,1	112,6

З таблиці видно, що протягом 2011 року об'єм продажу продукції знизився на 8,8%, а розмір заборгованості покупців і замовників збільшився на 218,1%. Протягом всього періоду, що вивчається, темпи зростання продажів були нижчі за темпи зростання заборгованості, що можна оцінити негативно, оскільки даний факт свідчить про необачну кредитну політику підприємства, що вивчається.

Також необхідно розрахувати середньорічні темпи зростання продажів продукції і заборгованості покупців і замовників. Цей показник можна розрахувати за допомогою среднегеометрической зваженою:

$$T_{ПП} = \sqrt[n-1]{T_1 \times T_2 \times T_3 \times T_4 \times T_5} =$$
$$= \sqrt[11]{1{,}087 \times 1{,}184 \times 0{,}607 \times 1{,}793 \times 0{,}453 \times 1{,}906 \times 1{,}187 \times 1{,}157 \times 1{,}607 \times 1{,}059 \times 1{,}126} =$$
$$= \sqrt{2{,}751} = 1{,}112$$

$$T_{пп} = 1{,}112 - 1 = 0{,}112$$

Розрахунок показує, що середньорічний темп росту заборгованості покупців і замовників складає 11,2 % (0,112 х 100%). Даний факт також свідчить або про необачну кредитну політику підприємства, що вивчається, або про різке збільшення об'єму продажів без передоплати або негайної оплати. Причиною ситуації, що склалася, може бути також неплатоспроможність або банкрутство частини покупців.

За підсумками *аналізу процесу розрахунків з покупцями готової продукції підприємства* можна порекомендувати наступні заходи по її оптимізації:

1. Своєчасно оформляти розрахункові документи.

2. Ретельно відстежувати повернення заборгованості, використовувати судових процедур для її повернення. У разі неможливості стягнути заборгованість навіть на підставі судового рішення підприємство все ж таки дістає можливість віднести суму непогашеної заборгованості на зменшення прибутку оподаткування, що дозволить хоч би зменшити платежі до бюджету.

3. Розробити систему надання знижок і використання націнок.

4. Передбачати в договорах з покупцями і замовниками зміну цін на продукцію залежно від терміну оплати.

5. Прискорити платежі шляхом вдосконалення розрахунків з покупцями і замовниками (шляхом попередньої оплати, застосування вексельної форми розрахунків і так далі).

6. Проводити аналіз фінансового стану сумнівних в платіжному відношенні покупців.

9.7. Можливості оптимізації бізнес-процесів підприємства

В сучасних умовах мінливого бізнес-середовища головним завданням бізнесу стає швидке реагування на ці зміни і таке ж швидке впровадження адекватних змін в організації і веденні бізнесу. Оптимізація бізнес-процесів є однією з основних, стратегічно важливих завдань підприємства, що визначають усю його подальшу ефективну діяльність.

Перш ніж розпочинати роботу з оптимізації, необхідно описати існуючі на підприємстві бізнес-процеси «як є» (створити їх моделі). Описи повинні бути чіткими, однозначними й охоплювати рівень, на якому видно конкретну роботу співробітників. Обсяг моделей може бути різним: як по окремо виділеному бізнес-процесу, так і по групі взаємозв'язаних бізнес-процесів. Безумовно, чим більше процесів описано в моделі, тим краще і повніше можна оцінити їх оптимальність.

Оцінюючи оптимальність, в першу чергу необхідно аналізувати кожну частину бізнес-процесу, що виконується конкретним виконавцем (далі ми називатимемо її процедурою). Оцінюючи її, необхідно перевіряти, до яких результатів призводить правильне виконання, які дані або матеріали виконавець одержує в результаті, що він з ними робить, наскільки оптимальні його дії, а також час роботи і тривалість виконання процедури.

Проаналізувавши кожну процедуру і визначивши її явні недоліки, можна оцінити оптимальність управління бізнес-процесом і оптимальність групи процесів. Результатами оцінки оптимальності повинні стати виявлені недоліки в процесі і / або групі процесів.

На наступному етапі необхідно розробити пропозиції щодо виправлення виявлених недоліків, перебудувати модель процесу («як буде»), враховуючи дані пропозиції, переглянути дії виконавців і кандидатури самих виконавців (якщо це необхідно), а найголовніше — поліпшити засоби праці. Поліпшення засобів праці полягає в удосконаленні форм фіксації, зберігання і первинної обробки даних, що використовуються при виконанні конкретної процедури.

На завершальному етапі необхідно оцінити можливі погіршення від запропонованих покращень в інших місцях процесу, у тому числі і можливий опір співробітників.

Методи оптимізації бізнес-процесів можна поділити на три групи:

1) Формалізовані універсально-принципові методи, які засновані на застосуванні успішного досвіду і формалізованих принципів для побудови ефективних бізнес-процесів. Дані методи є універсальними і вони підходять для оптимізації будь-яких бізнес-процесів для будь-якого бізнесу і практично не залежать від його специфіки.

2) Методи засновані на вивченні, аналізі і подальшому копіюванні елементів процесів успішних компаній, що займаються схожими видами діяльності. Претендентами на вивчення і копіювання їх успішного досвіду в першу чергу є лідери-конкуренти. Практика показала, що останнім часом багато підприємств ефективно впровадили у себе технологічні ноу-хау, запозичивши їх у підприємств, що працюють в інших галузях бізнесу.

3) Методи групової роботи. Ця група методів об'єднала різні технології роботи в команді: метод мозкового штурму, метод групового рішення задач тощо. Їх використання дозволяє розробити нові ефективні рішення, раніше нікому не відомі, що дозволяє підприємству бути лідером за технологіями, що використовуються.

Оптимізація бізнес-процесів підприємства має наступні переваги:

— скорочення витрат, тривалості та кількості помилок у кожному з проаналізованих процесів;

— формування у працівників підприємства та керівників чіткого розуміння того як, коли, хто, та що необхідно робити для досягнення поставлених цілей;

— інтегрування зі стратегією підприємства та ключовими показниками її ефективності;

— можливість підготовки до успішного, продуманого та ефективного впровадження інформаційних технологій;

— можливість підготуватись до ефективного та обгрунтованого організаційного редизайну;

— зростання керованості підприємства;

— покращення взаємодії між працівниками та підрозділами підприємства;

— наближення до сертифікації за стандартами ISO: 9000;

— зростання інвестиційної привабливості.

Контрольні питання до теми

1. Яке значення має аналіз виробництва продукції, робіт і послуг за умов ринкових перетворень в Україні? Які завдання ставляться перед ним?
2. Як аналізувати обсяг товарної продукції? Які показники при цьому можна використовувати?
3. Які особливості аналізу динаміки обсягу виробництва продукції?
4. Назвіть можливі причини зміни обсягів виробництва продукції.
5. Як проводиться аналіз асортименту та структури виробництва продукції?
6. Який порядок розрахунку коефіцієнтів асортиментності та структури виробництва продукції?

7. Назвіть основні причини асортиментно-структурних зрушень під час виробництва продукції. На які показники можуть впливати ці зрушення.
8. Які показники використовують, аналізуючи якість продукції?
9. Назвіть основні способи, які застосовують, аналізуючи сортність продукції.
10. У чому полягають особливості аналізу бракованої продукції? Які причини породжують брак?
11. Які показники характеризують ритмічність виробництва продукції? Назвіть порядок розрахунку коефіцієнта ритмічності за різних умов.
12. Яка різниця між поняттями «комплектність виробництва» і «комплектність продукції»?
13. Які чинники впливають на ритм роботи підприємства?
14. Як проводиться аналіз залишків незавершеного виробництва продукції?
15. Якими джерелами інформації користуються, аналізуючи реалізацію продукції?
16. Вкажіть основні завдання аналізу реалізації продукції.
17. Назвіть фактори, що впливають на обсяг реалізації продукції.
18. У чому полягають основні завдання аналізу маркетингової діяльності підприємства.
19. Які основні показники, що використовуються для аналізу ринків збуту продукції?
20. Дайте характеристику основних етапів аналізу цінової політики підприємства.
21. У чому полягають основні завдання і показники оцінки системи розповсюдження товарів?
22. Якими параметрами користуються, оцінюючи конкурентоспроможність виробів?
23. Які основні напрямки збільшення обсягів реалізації продукції?
24. Охарактеризуйте основні етапи аналізу виконання договірних зобов'язань з постачання готової продукції.
25. Назвіть форм розрахунків, які застосовується на підприємстві для розрахунків з покупцями.
26. Які показники використовуються при аналізі процесу розрахунків з покупцями готової продукції?
27. Які показники характеризують ритмічність відвантаження і продажу готової продукції покупцям? Назвіть порядок розрахунку коефіцієнта ритмічності за різних умов.
28. Якими джерелами інформації користуються, аналізуючи стан заборгованості покупців готової продукції в межах поточного року?

Тематика доповідей

1. Особливості аналізу виробництва та реалізації продукції в умовах інфляції.

2. Апробація політики ціноутворення на підприємстві.
3. Аналіз рентабельності готової продукції підприємства.
4. Проблеми практичного застосування оперативного аналізу рентабельності продукції.
5. Оптимізація бізнес-процесів підприємства.

Тестові завдання

1. Потреба в матеріальних ресурсах визначається в трьох оцінках:
А) натуральних і вартісних одиницях вимірювання та ступеню забезпечення;
Б) натуральних одиницях вимірювання, ступеню та у днях забезпеченості;
В) натуральних і вартісних одиницях вимірювання та у днях забезпеченості.

2. Коефіцієнт забезпеченості плану виробництва постачаннями визначається за наступною моделлю:

А) $Кдог\ пл = \dfrac{Вартість\ сировини\ і\ матеріалів\ по\ укладених\ договорах}{Планова\ потреба}$

Б) $Кдог\ пл = \dfrac{Вартість\ фактично\ поставлених\ матеріальних\ ресурсів}{Планова\ потреба}$

В) $Кдог\ пл = \dfrac{Кількість\ укладених\ договорів}{Кількість\ заявок\ на\ укладення\ договорів}$.

3. Коефіцієнт організації зовнішніх постачань визначається за наступною моделлю:

А) $К = \dfrac{Кількість\ якісно\ виконаних\ договорів}{Кількість\ заявок\ на\ укладення\ договорів}$;

Б) $К = \dfrac{Кількість\ виконаних\ договорів}{Кількість\ укладених\ договорів}$;

В) $К = \dfrac{Кількість\ укладених\ договорів}{Кількість\ заявок\ на\ укладення\ договорів}$.

4. Коефіцієнт виконання плану виробництва продукції за асортиментом визначається за наступною моделлю:

А) $К_{ас} = \frac{\sum(ВП_{i1} \geq ВП_{i0})}{ВП_0}$;

Б) $К_{ас} = \frac{\sum(ВП_{i1} \leq ВП_{i0})}{ВП_1}$;

В) $К_{ас} = \frac{\sum(ВП_{i1} \leq ВП_{i0})}{ВП_0}$.

5. Випуск продукції однаковими частками за будь-які однакові проміжки робочого часу, це…

А) синхронність роботи підприємства;
Б) виконання плану виробництва та реалізації готової продукції;
В) ритмічність роботи підприємства.

6. Виділяють наступні показники якості готової продукції:

А) загальні та індивідуальні показники;
Б) загальні, індивідуальні і непрямі показники;
В) прямі та непрямі показники.

7. Визначте коефіцієнт сортності продукції, якщо було випущено продукції: 1 сорту — 800 одиниць, 2 сорту — 560 одиниць, 3 сорту — 320 одиниць

А) 0,98;
Б) 0,92;
В) 0,49.

8. Для оцінки впливу структури виробництва продукції застосовується наступна модель:

А) $\Delta ВП_{(d)} = \sum K_0 \text{X} \Delta d_i \text{X} Ц_{i1}$;

Б) $\Delta ВП_{(d)} = \sum K_1 \text{X} \Delta d_i \text{X} Ц_{i1}$;

В) $\Delta ВП_{(d)} = \sum K_0 \text{X} \Delta d_i \text{X} Ц_{i0}$.

9. Індекс цін виробництва продукції визначається за наступною моделлю:

А) $I_ц = \frac{\sum K_1 Ц_1}{\sum K_1 Ц_0}$;

Б) $I_ц = \frac{\sum K_0 Ц_0}{\sum K_1 Ц_0}$;

В) $I_ц = \frac{\sum K_1 Ц_1}{\sum K_0 Ц_0}$.

10. Фактичний обсяг випуску продукції в порівняльних цінах визначається за наступною моделлю:

А) $ВП_1^{ЦП} = ВП_1 \text{X} I_ц$;

Б) $ВП_1^{ЦП} = ВП_0 \text{X} I_ц$;

В) $ВП_0^{ЦП} = ВП_1 \text{X} I_ц$.

11. Коефіцієнт ритмічності виробництва готової продукції визначається за наступною моделлю:

А) $К_{рит} = \frac{ВП^1}{ВП_0}$; Б) $К_{рит} = \frac{ВП^1}{ВП_1}$; В) $К_{рит} = \frac{ВП_1}{ВП_0}$.

12. Коефіцієнт варіації визначається за наступною моделлю:

А) $Кв = \frac{\sigma}{\overline{ВП_0}} = \frac{\sqrt{\frac{\sum (ВП_{i1} - \overline{ВП_0})^2}{n-1}}}{\overline{ВП_0}}$;

Б) $Кв = \frac{\sigma}{\overline{ВП_0}} = \frac{\sqrt{\frac{\sum (ВП_{i1} - \overline{ВП_0})^2}{n}}}{\overline{ВП1}}$;

В) $Кв = \frac{\sigma}{\overline{ВП_0}} = \frac{\sqrt{\frac{\sum (ВП_{i1} - \overline{ВП_0})^2}{n}}}{\overline{ВП_0}}$.

13. Якість продукції це:

А) сукупність властивостей продукції задовольняти певні потреби відповідно з її призначенням;

Б) чітка, стійка і збалансована виробнича діяльність підприємства;

В) рівень організації господарської діяльності, ефективність використання обладнання, сировини і робочої сили.

14. Місткість ринку визначається за наступною моделлю:

А) Мр = ВТП + З + І – Е;

Б) Мр = ВТП – З + І + Е;

В) Мр = ВТП + З – І + Е;

15. Коефіцієнт виконання договірних зобов'язань (Кд) визначається за наступною моделлю:

А) $К_Д = \frac{ВП_0 - ВП_{нп}}{ВП_0}$; Б) $К_Д = \frac{ВП_ф - ВП_{пл}}{ВП_{пл}}$; В) $К_Д = \frac{ВП_0 - ВП_{нп}}{ВП_1}$.

Практичні завдання

Задача 9.1

На підставі наведеної інформації про плановий та фактичний обсяг виробництва готової продукції проаналізуйте ритмічність роботи підприємства. Зробить висновки.

(тис. грн.)

Квартали	Виробництво готової продукції	
	план	факт
1	78950	81654
2	69840	75212
3	72580	66875
4	76230	70258

Задача 9.2

На підставі наведеної інформації про обсяг виробництва готової продукції за попередній та звітний періоди необхідно визначити:
— абсолютне та відносне відхилення виробництва готової продукції, як по окремим видам продукції, так і в цілому;
— структуру виробництво готової продукції. Зробить висновки.

(тис. грн.)

Найменування готової продукції	Обсяг виробництва готової продукції		
	Попередній рік	Звітний рік	
		план	факт
Печиво «Артек»	40500	41200	41330
Печиво «До чаю»	39800	43000	42800
Печиво «Лимонне»	49300	50000	49500
Печиво «Шоколадне»	29000	34000	31000

Задача 9.3

На підставі наведеної інформації про обсяг виробництва готової продукції за звітний період необхідно визначити:

— обсяг виробництва готової продукції у вартісному виразі;

— виконання плану з номенклатури та асортименту;

Зробить висновки.

(тис. грн.)

Найменування готової продукції	Ціна за од. тис. грн	Вироблено готової продукції, кг	
		план	факт
Печиво «Артек»	34,33	1200	1203,9
Печиво «До чаю»	39,09	1100	1094,9
Печиво «Лимонне»	27,77	1800	1782,5
Печиво «Шоколадне»	22,66	1500	1368,1

Задача 9.4

На підставі наведеної інформації провести аналіз вікового складу продукції за звітний період, використовуючи структурний аналіз. Розрахувати коефіцієнт оновлення і термін оновлення готової продукції Зробить висновки.

(тис. грн.)

Показники	Фактично вироблено
Обсяг виробництва готової продукції, усього:	
у тому числі: нова	44425,2
що випускається до 5 років	77756,9
що випускається від 5 до 10 років	26134,6
що випускається від 10 до 15 років	13063,7
що випускається понад 15 років	1090,5
що підлягають зняттю з виробництва	2159,1

Задача 9.5

На підставі наведеної інформації провести балансову ув’язку залишків готової продукції, випуску продукції та обсягу продажу. Визначити виконання програми збуту та розрахувати темпи зростання показників. Зробить висновки.

(тис. грн.)

Показники	Виробництво готової продукції	
	Попередній рік	Звітний рік
Залишки готової продукції на початок року	500	550
Випуск продукції	69840	75212
Залишки готової продукції на кінець року	415	400
Обсяг відвантаженої продукції за рік		
Залишки товарів відвантажених покупцям: — на початок року — на кінець року	 35 28	 29 31
Обсяг продажу		

Задача 9.6

На підставі наведеної інформації визначити виконання договірних зобов'язань з постачання продукції за звітний період. Дати оцінку виконання договірних зобов'язань і розкрити причини їх невиконання.

(тис. грн.)

Квартал	План постачання продукції		Випуск продукції	
	за місяць	з початку року	За місяць	з початку року
Перший місяць	1560		1500	
Другий місяць	1560		1800	
Третій місяць	1560		1980	
Разом за квартал				

Задача 9.7

На підставі наведеної інформації обчислити обсяг виробництва продукції в цінах базисного року. Проаналізувати динаміку росту виробництва продукції. Зробить висновки.

Рік	Обсяг виробництва продукції в діючих цінах, тис. грн.	Індекс цін
1-й	56700	1,0
2-й	49800	1,23
3-й	65300	1,22
4-й	64900	1,45
5-й (звітний)	70100	1,24

Задача 9.8

На підставі наведеної інформації розрахувати коефіцієнти сортності за планом і фактично, індекс зміни якості продукції. Визначити вплив зміни якості на вартісні показники роботи підприємства. Розрахувати вплив зміни середньої ціни і кількості продукції на обсяг продукції у вартісному виразі. Зробить висновки.

(тис. грн.)

Сорт продукції	Ціна за од. тис. грн.	Вироблено готової продукції, кг	
		план	факт
Вищій сорт	35,3	1100	1200
Перший сорт	29,0	800	700
Другий сорт	27,7	700	700

Задача 9.9

Порівняйте рівномірність надходження сировини і матеріалів у виробництво за допомогою середньоквадратичного відхилення і коефіцієнта варіації. Зробить висновки.

Лютий	Надходження сировини і матеріалів у виробництво, тис. грн.	
	Матеріал А	Матеріал Б
1 — 7	11	7
8 — 14	16	4
15 — 21	8	9
22 — 28	10	10

Література

[2, 6, 12, 15, 25, 26, 37—39, 42, 53, 54, 62—64, 71, 75—78, 82, 83, 105, 110, 115, 121].

Змістовий модуль 3

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ, ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Тема 10

—♦—

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

10.1. Поняття, сутність і зміст конкурентоспроможності підприємства
10.2. Значення, мета, задачі та інформаційне забезпечення аналізу конкурентоспроможності підприємства
10.3. Показники конкурентоспроможності: техніка розрахунку та характеристика
10.4. Аналіз конкурентних позицій підприємства
10.5. Можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства

10.1. Поняття, сутність і зміст конкурентоспроможності підприємства

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища.

Конкурентоспроможність — це здатність об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним певної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами.

Сьогодні конкурентоспроможність на товарних ринках стає проблемою державної безпеки. Враховуючи, що критерієм адаптації підприємства до ринкових умов господарювання є рівень конкурентоспроможності, необхідно досліджувати взаємозв'язок між конкурентоспроможністю країни в цілому, підприємств, конкретних товарів. На сучасному етапі у вітчизняних підприємств існують наступні проблеми у сфері визначення своєї конкурентоспроможності: низький рівень інформаційного забезпечення, відсутність чітких цілей та завдань оцінювання, інтуїтивний характер проведення оцінки, відсутність єдиної методологічної бази.

Конкурентоспроможність є синтезом багатьох економічних категорій. У широкому розумінні конкурентоспроможність — це зумовлена економічними, соціальними політичними чинниками позиція країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках. За умов відкритої економіки вона може визначатися і як здатність країни (підприємства) протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і ринках інших країн. Проблема підвищення конкурентоспроможності стосується практично всіх сторін суспільного життя. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції, за місце на ринку змушує країни (підприємства) постійно шукати нові резерви, вимагає вдосконалення технологій з метою створення більш якісних товарів.

Не зважаючи на те, що сьогодні поняття конкурентоспроможності підприємства досить широко вживається, в літературі не існує його загальноприйнятого визначення й не сформовано загальний підхід щодо дослідження конкурентоспроможності різних об'єктів. Наявність різних підходів до розуміння конкурентоспроможності зумовлена перш за все тим, що категорію і показники рівня конкурентоспроможності вивчають різні економічні науки, і кожна з них пропонує свої визначення терміну, методи оцінки і шляхи підвищення. У найбільш загальному розумінні конкурентоспроможність підприємства можна визначити як здатність протистояти конкурентам та перемагати їх.

В якості суттєвих характеристик конкурентоспроможності підприємства, як економічної категорії, можна визначити:

- порівняльний характер (відносна оцінка);
- короткострокові та довгострокові складові;
- залежність від конкурентоспроможності продукції (товару);
- залежність від власних можливостей та ринкової активності підприємства.

Порівняльний характер дослідження та оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства, слідує з приведеного вище загального розуміння цього поняття, тобто конкурентоспроможність може бути визначена тільки при порівнянні з конкурентами. Результат оцінки буде справедливий тільки в умовах конкретного ринку в конкретний проміжок часу, тому що ринкова ситуація постійно змінюється.

Короткострокові та довгострокові складові проявляються в тому, що конкурентоспроможність охоплює як поточне положення підприємства на ринку, так і перспективи його зміни.

Зв'язок конкурентоспроможності продукції (товару) і конкурентоспроможності підприємства є загальновизнаним фактом. Виробник не може бути конкурентоспроможним, якщо його продукція не має збуту, бо це означає зниження обсягів реалізації і погіршення фінансово-економічних показників: рентабельності, оборотності, ліквідності та ін.

Конкурентоспроможність продукції є обов'язковою, але недостатньою умовою конкурентоспроможності підприємства, тому що в деяких випадках продукція може бути конкурентоспроможною при її реалізації по демпінговим цінам, які не компенсують витрати на виробництво і збут (використання цінових знижок, сезонного розпродажу, збут застарілої продукції, реалізація цінової стратегії проникнення на ринок з високим рівнем конкуренції). З точки зору споживача, вона виступає як конкурентоспроможна, але зниження фінансових результатів і ефективності використання ресурсів виробника може призвести до його неконкурентоспроможності в майбутньому.

Відмінності категорій конкурентоспроможності підприємства і продукції:

— конкурентоспроможність продукції оцінюється у часовому інтервалі, який відповідає життєвому циклу товару. А основою дослідження конкурентоспроможності підприємства є більш тривалий проміжок часу, який відповідає періоду функціонування підприємства.

— конкурентоспроможність продукції розглядається стосовно кожного з її станів, конкурентоспроможність підприємства охоплює зміни номенклатури продукції яка випускається.

Необхідно зазначити, що на початковому етапі розвитку підприємства конкурентоспроможність продукції (товару) відіграє найважливішу роль у рівні конкурентоспроможності підприємства, тому що забезпечує приток коштів. Надалі, закріпившись на ринку, підприємство повинне приділяти більше уваги зниженню витрат і постійному інноваційному розвитку продукту і виробництва.

Поряд з конкурентоспроможністю продукції рівень конкурентоспроможності підприємства визначають його власні можливості та ринкова активність. Ефективне використання ресурсів є основною умовою конкурентоспроможності підприємства, їх динаміка впливає і на рівень якості продукції, і на результати від її реалізації, і на необхідність залучення зовнішніх джерел фінансування. Ринкова активність проявляється через фінансові результати та частку ринку й залежить від динамічного розвитку умов зовнішнього середовища, що відображуються детермінантами «національного ромба» М.Портера.

Конкурентоспроможність підприємства — це відносна характеристика, яка відображає відмінності у розвитку даного підприємства від розвитку конкурентних підприємств за ступенем задоволення своїми товарами потреб людей і за ефективністю виробничої діяльності.

Конкурентоспроможність підприємства характеризує можливості і динаміку його пристосування до умов ринкової конкуренції.

Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства можна розділити на дві великі групи: внутрішні та зовнішні.

До *зовнішніх факторів* слід віднести:

1. Діяльність державних владних структур (фіскальна та кредитно-грошова політика, законодавство). Наприклад, в залежності від характеру податкової політики (розміри податкових ставок) підприємство буде отримувати більш чи менш високий прибуток.

2. Кон'юнктура ринків сировинних та матеріальних ресурсів, ринків трудових ресурсів, ринків засобів виробництва, ринків фінансових ресурсів.

3. Розвиток родинних та підтримуючих галузей. В даному випадку мова йде про розвиток нових технологій (ресурсозберігаючих, технологій глибокої переробки), нових матеріалів та джерел енергії. Їх впровадження у виробництво підвищує науковий та виробничий потенціал підприємства.

4. Параметри попиту. Вони включають ріст попиту на товари, що виробляються підприємством, його стабільність і дозволяють підприємству отримувати більш високі прибутки, а також закріпити своє положення на ринку. Нестабільний попит, зміна вимог покупця до якості продукції підприємства, зниження покупної можливості населення, навпаки, не створюють умов для забезпечення певної конкурентоспроможності підприємства.

До *внутрішніх факторів* відносяться наступні:

1. Діяльність керівництва та апарату управління підприємства (організаційна та виробнича структури управління, професійний та кваліфікований рівень керуючих кадрів і т. д.).

2. Система технологічного оснащення. Оновлення устаткування та технологій, тобто заміна їх на більш прогресивні, забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва.

3. Сировина, матеріали і напівфабрикати. Якість сировини, комплектність її перероблення та величина відходів серйозно впливають на конкурентоспроможність підприємства. Зменшення виходу готової продукції із сировини (це особливо характерно для харчової промисловості), не комплексна її переробка приводять до збільшення витрат виробництва, а значить, до зменшення прибутку, що, в свою чергу, не дозволяє розширити виробництво. В наслідок цього знижується конкурентоспроможність. І навпаки, покращення використання сировини, його комплексна переробка понижують витрати виробництва, а значить, підвищують конкурентоспроможність.

4. Збут продукції: його об'єм та витрати. Цей фактор суттєво впливає на підвищення конкурентоспроможності підприємства: можна мати високі результати в виробництві, випускаючи продукцію вищої якості і відносно невисокої собівартості, але все буде зведене нанівець із-за не-

продуманої збутової політиці. Тому підприємство намагається підвищити ефективність збут за рахунок стимулюючи збільшення об'ємів продаж та завойовуючи нові ринки збуту.

10.2. Значення, мета, задачі та інформаційне забезпечення аналізу конкурентоспроможності підприємства

Конкуренція як невід'ємний атрибут ринкових відносин є дуже вибірковим і гнучким механізмом. Вибірковість виявляється в тому, що від скорочення попиту на продукцію підприємства страждають не в рівній мірі. Найбільші труднощі мають неефективні підприємства, виробники неякісної продукції. Найсильніші підприємства можуть навіть у важкий час процвітати, оскільки до них відходять сегменти ринку конкурентів, які збанкрутіли раніше.

Гнучкість механізму конкуренції виявляється в його миттєвій реакції на будь-які зміни зовнішнього середовища. У той момент, коли відбулися зміни, у більш вигідному положенні опиняються ті підприємства, які краще до них пристосовані. Хоча адаптація неминуче займає якийсь час, стимули для неї конкуренція створює відразу ж.

Кожен виробник прагне захопити лідерство в конкурентній боротьбі, використовуючи при цьому індивідуальні підходи і методи. В залежності від обраних дій він може забезпечити собі конкурентну перевагу — ті характеристики, що створюють для підприємства певну вищість над його конкурентами.

У ракурсі розгляду оцінки конкурентоспроможності на різних рівнях можна судити про важливість аналізу конкурентоспроможності підприємства. Так, про конкурентоспроможність національної економіки свідчить кількість конкурентоспроможних галузей, а конкурентоспроможність галузі реалізується тільки через виробничо-господарську діяльність працюючих в ній підприємств.

В умовах формування ринкової економіки, що передбачає самостійність підприємств у питаннях виробничо-господарської діяльності, для більшості з них актуальною стає проблема забезпечення конкурентоспроможності. Особливо ця проблема загострюється у зв'язку з наростанням невизначеності у зовнішньому середовищі підприємств та прагненням України до інтеграції в європейське й світове економічне співтовариство. Разом з тим, з поглибленням соціально-економічних проблем суспільства, визначені проблеми вимагають розвитку нових підходів до управління конкурентоспроможністю підприємства. Адже кожне підприємство має вирішувати два основних завдання, що часто сприймаються як суперечливі: забезпечення прийнятної економічної

ефективності власної діяльності в умовах зростаючої конкуренції та реалізація суспільноорієнтованої місії.

Аналіз конкурентоспроможності підприємства допомагає вирішувати проблеми підвищення конкурентоспроможності й направляти зусилля по удосконаленню діяльності підприємства в русло правильної, придатної саме для нього конкурентної стратегії.

Метою аналізу конкурентоспроможності підприємства є виявлення та оцінка факторів, що впливають на ставлення споживачів до підприємства та його продукції.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати наступні задачі — оцінити:

- ✓ конкурентоспроможність продукції;
- ✓ конкурентоспроможність системи управління;
- ✓ конкурентоспроможність персоналу;
- ✓ конкурентоспроможність технології;
- ✓ показники фінансового стану підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства визначають наступні показники:

— економічний потенціал (активи, основний капітал, обсяг продажів і т.п.);

— виробничий і збутовий потенціал (виробничі потужності, наявність сировинної бази, центрів технічного обслуговування, рівень автоматизації і технології виробництва тощо);

— науково-дослідний потенціал (організація наукових досліджень, щорічні витрати на наукові дослідження в абсолютному виразі і до загального обсягу продажу, число зайнятих у наукових дослідженнях за все і у відсотках до числа зайнятих на фірмі напрям наукових досліджень фірми, область патентування, оцінка можливості заняття організацією монопольного становища в якій-небудь галузі техніки тощо);

- репутація підприємства і дотримання договірних зобов'язань;
- фінансове становище (платоспроможність, кредитоспроможність, структура капіталу тощо);
- організаційна структура;
- менеджмент організації, склад і професійний рівень її керівних працівників, ринкова стратегія, інноваційність, тощо.

Загально визнано, що на даний момент не існує єдиної методики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, що суттєво ускладнює визначення цієї характеристики. Але це не єдина проблема, з якою стикаються аналітики в процесі оцінки конкурентоспроможності підприємства. Не менш важлива проблема це дефіцит інформації про конкурентів, яка часто є комерційною таємницею або не оприлюднюється через невпевненість у своїх перевагах над конкурентами. Ця проблема має різний рівень складності в залежності від ступеню конкурен-

тної боротьби в галузі: чим вищий цей рівень, тим меншою є кількість загальнодоступної інформації. Із вказаної проблеми витікають інші: неповнота аналізу рівня конкурентоспроможності, використання при цьому суб'єктивних балових оцінок, високі фінансові та часові витрати на проведення дослідження.

10.3. Показники конкурентоспроможності: техніка розрахунку та характеристика

На теперішній час в науковій літературі пропонуються різні *методики оцінки конкурентоспроможності підприємства*.

Найбільш відомі — це:

метод, заснований на теорії ефективної конкуренції;

метод, який використовує оцінку товару підприємства; базується на положенні, що конкурентоспроможність підприємства тим вища, чим вища конкурентоспроможність його продукції;

матричний метод.

Одним із найпоширеніших методів оцінки конкурентоспроможності підприємств є *метод, заснований на теорії ефективної конкуренції*. Згідно цієї теорії найбільш конкурентоспроможним є підприємство, де найкращим чином організована робота всіх служб і підрозділів. На ефективність діяльності кожної із служб впливає велика кількість факторів, ресурсів фірми. Оцінка ефективності роботи кожного із підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ним цих ресурсів. В основі методу покладено оцінку 4-х груп показників або критеріїв конкурентоспроможності (табл.10.1).

Таблиця 10.1

КРИТЕРІЇ ТА ПОКАЗНИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

№	Критерії та показники конкурентоспроможності	Роль показника в оцінці	Техніка розрахунку показника
1. Показники ефективності виробничої діяльності підприємства (ВД)			
1.1	Показник витрат на одиницю продукції	Відображає ефективність витрат при випуску продукції	$B = \frac{Валові\ витрати}{Обсяг\ випуску\ продукції}$
1.2	Фондовіддача	Характеризує ефективність використання виробничих фондів	$ФО = \frac{Обсяг\ випуску\ продукції}{Середньорічна\ вартість\ основних\ засобів}$
1.3	Рентабельність продукції	Характеризує ступінь прибутковості продукції	$R_{товару} = \frac{Прибуток}{Собівартість\ продукції}$

Закінчення табл. 10.1

№	Критерії та показники конкурентоспроможності	Роль показника в оцінці	Техніка розрахунку показника
1.4	Показник продуктивності праці	Відображає ступінь організації виробництва та використання робочої сили	$ПП = \frac{Обсяг\ випуску\ продукції}{Середньосписочна\ чисельність}$
2. Фінансове положення підприємства (ФП)			
2.1	Коефіцієнт автономії	Характеризує незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування	$K_{авт} = \frac{Власні\ засоби}{Загальна\ сума\ джерел\ фінансування}$
2.2	Коефіцієнт платоспроможності	Відображає здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання та визначає ймовірність банкрутства	$K_{пл} = \frac{Власний\ капітал}{Загальні\ зобовязання}$
2.3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Показує якісний склад засобів, які є джерелами покриття поточних зобов'язань	$K_{абслик} = \frac{Грошові\ кошти + поточні\ фінансові\ інвестиції}{Поточні\ зобовязання}$
2.4	Коефіцієнт оборотності обігових коштів	Показує ефективність використання обігових коштів	$K_{обор} = \frac{Виручка\ від\ реалізації}{Середньорічний\ залишок\ обігових\ коштів}$
3. Ефективність організації збуту та просування товару (ЕЗ)			
3.1	Рентабельність продаж	Характеризує прибутковість роботи підприємства на ринку	$R_{продаж} = \frac{Прибуток}{Обсяг\ продажу}$
3.2	Коефіцієнт затовареністю готовою продукцією	Відображає ступінь затовареності готовою продукцією. Зростання показника свідчить про падіння попиту на продукцію	$K_{затовар} = \frac{Обсяг\ не\ реалізованої\ продукції}{Обсяг\ продажу}$
3.3	Коефіцієнт загрузки виробничих потужностей	Показує ефективність роботи служби збуту	$K_{загруз} = \frac{Обсяг\ випускупродукції}{Виробнича\ потужність}$
3.4	Коефіцієнт ефективності реклами засобів стимулювання збуту	Показує економічну ефективність реклами та засобів стимулювання збуту	$K_{ефект\ реклами} = \frac{Витрати\ на\ рекламу\ та\ стимулювання\ збуту}{Приріст\ прибутку\ від\ реалізації}$
4. Конкурентоспроможність товару (КТ)			
4.1	Якість товару	Характеризує здатність товару задовольняти потребу у відповідності з його призначенням	Комплексний метод оцінки

В першу групу входять показники, які характеризують ефективність управління виробничим процесом, економічність виробничих затрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконаліть технології виготовлення товару, організацію праці на підприємстві (витрати виробництва на одиницю продукції, фондовіддача, рентабельність товару, продуктивність праці).

Друга група характеризує ефективність управління оборотними коштами, незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, здатність підприємства розплачуватися по своїм боргам і можливість стабільного розвитку підприємства в майбутньому (коефіцієнт автономії, коефіцієнт платоспроможності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт оборотності оборотних засобів).

До третьої групи включають показники, які дають уявлення про ефективність управління збутом і просуванням товару на ринку засобами реклами і стимулюванням (рентабельність продаж, коефіцієнт завареності готовою продукцією, коефіцієнт завантаження виробничих потужностей, коефіцієнт ефективності реклами і стимулювання збуту).

До четвертої групи входять показники конкурентоспроможності товару (якість товару і його ціна).

Кожний з цих показників має різну ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства (ККП), тому експертним шляхом були розраховані коефіцієнти вагомості кожного критерію та показника.

Конкурентоспроможність підприємства може бути визначена методом середньозваженої арифметичної:

$$ККП = 0{,}15ВД + 0{,}29ФП + 0{,}23ЕЗ + 0{,}33КТ\ , \qquad (10.1)$$

де *ККП* — коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства;

ВД — значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства;

ФП — значення критерію фінансового положення підприємства;

ЕЗ — значення критерію ефективності організації збуту та просування товару;

КТ — значення критерію конкурентоспроможності товару.

Усі вказані критерії відповідно можуть бути розраховані наступним чином.

Критерій ефективності виробничої діяльності підприємства:

$$ВД = 0{,}31В + 0{,}19ФО + 0{,}4R_{товару} + 0{,}1ПП\ , \qquad (10.2)$$

де *В* — показник витрат виробництва на одиницю продукції;

ФО — відносний показник фондовіддачі;

$R_{товару}$ — відносний показник рентабельності товару;

ПП — відносний показник продуктивності праці.

Критерій ефективності фінансового положення підприємства:

$$ФП = 0{,}29K_{авт} + 0{,}2K_{пл} + 0{,}36K_{абслик} + 0{,}15K_{обор}, \qquad (10.3)$$

де $K_{авт}$ — коефіцієнт автономії організації;

$K_{пл}$ — коефіцієнт платоспроможності організації:

$K_{абслик}$ — коефіцієнт абсолютної ліквідності організації;

$K_{обор}$ — коефіцієнт оборотності обігових засобів.

Критерій ефективності організації збуту та просування товару

$$ЕЗ = 0{,}37R_{продаж} + 0{,}29K_{затовар} + 0{,}21K_{загруз} + 0{,}14K_{ефектреклам}, \quad (10.4)$$

де $R_{продаж}$ — рентабельність продажу;

$K_{затовар}$ — коефіцієнт затовареності готовою продукцією;

$K_{загруз}$ — коефіцієнт загрузки виробничих потужностей;

$K_{ефектреклами}$ — коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту.

Загалом алгоритм розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства передбачає три поступові етапи.

На першому етапі розраховуються одиничні показники конкурентоспроможності підприємства (див. табл. 10.1) та переведення показників 1.1 — 3.4 у відносні величини (бали).

Для переведення цих показників у відносні величини здійснюється їх порівняння з базовими показниками. В якості базових показників можуть виступати:

— середньогалузеві показники;

— показники будь-якої конкуруючої організації або організації-лідера на ринку;

— показники підприємства, котре оцінюється за минулі відрізки часу.

У цілях переведення показників у відносні величини використовується 15-бальна шкала. При цьому значення «5 балів» надається показнику, який гірший за базовий; «10 балів» — на рівні базового; «15 балів» — значення показника більше за базовий.

На другому етапі розраховуються критерії конкурентоспроможності підприємства за формулами, наведеними вище.

На третьому етапі визначається коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства.

Така оцінка конкурентоспроможності охоплює всі найбільш важливі оцінки господарської діяльності підприємства, виключає дублювання окремих показників, дозволяє швидко та ефективно отримати картину стану підприємства на галузевому ринку, використання в ході оцінки порівняння показників за різні проміжки часу, дають можливість застосовувати цей метод як варіант оперативного контролю окремих служб.

У табл. 10.2 наведені індикатори конкурентоспроможності.

Таблиця 10.2

ІНДИКАТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Критерії	Ранг	Діапазон оцінок по ринках (1 — 5)		
		низька — 1	середня — 3	висока — 5
1.Відносна доля ринку		менше 1/3	більше 1/3	лідер
2. Витрати		більше прямого конкурента	рівні прямому конкуренту	менше прямого конкурента
3.Відмінні властивості		товар «як всі»	товар слабо диференційований	унікальна пропозиція
4.Ступінь засвоєння технологій		засвоюється тяжко	засвоюється легко	засвоюється повністю
5. Метод продаж		Посередники не контролюються	контролюються	прямий продаж
6.Імідж		відсутній	розмитий	сильний

Розглянемо визначення конкурентоспроможності на прикладі конкретного підприємства — ТОВ «Криниця» (табл. 10.3). Основний вид діяльності підприємства — реалізація мінеральної води.

Таблиця 10.3

ПОКАЗНИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА «КРИНИЦЯ»

№	Показники конкурентоспроможності	2010 р.	2011 р.	Бали
1. Показники ефективності виробничої діяльності підприємства (ВД)				
1.1	Показник витрат на одиницю продукції	0,63	0,6	15
1.2	Фондовіддача	5,67	10,3	5
1.3	Рентабельність товару	26	26	10
1.4	Показник продуктивності праці	813	629	15

Закінчення табл. 10.3

№	Показники конкурентоспроможності	2010 р.	2011 р.	Бали
2. Фінансове положення підприємства (ФП)				
2.1	Коефіцієнт автономії	0,74	0,74	10
2.2	Коефіцієнт платоспроможності	1,99	1,75	15
2.3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,003	0,03	5
2.4	Коефіцієнт оборотності обігових коштів	2,85	2,22	15
3. Ефективність організації збуту та просування товару (ЕЗ)				
3.1	Рентабельність продаж	26,5	25,9	15
3.2	Коефіцієнт затовареністю готовою продукцією	7,3	6,2	15
3.3	Коефіцієнт загрузки виробничих потужностей	2,3	2,1	15
3.4	Коефіцієнт ефективності реклами а засобів стимулювання збуту	1,3	0,9	15
4. Конкурентоспроможність товару (КТ)				
4.1	Якість товару	3,0	3,0	10

Використовуючи формулу (10.1), розрахуємо критерій ефективності виробничої діяльності підприємства:

$$ВД = 0{,}31 * 15 + 0{,}19 * 5 + 0{,}4R * 10 + 0{,}1 * 15 = 11{,}1$$

В свою чергу критерій фінансового положення підприємства дорівнює:

$$ФП = 0{,}29 * 10 \ + 0{,}2 * 15 + 0{,}36 * 5 + 0{,}15 * 15 = 9{,}95$$

Критерій ефективності організації збуту та просування товару

$$ЕЗ = 0{,}37 * 15 + 0{,}29 * 15 \ + 0{,}21 * 15 \ + 0{,}14 * 15 = 15{,}15$$

Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства:

$$ККП = 0{,}15 * 11{,}1 + 0{,}29 * 9{,}95 + 0{,}23 * 15{,}15 + 0{,}33 * 10 = 11{,}35$$

Таким чином, ми можемо говорити про високий коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства.

Один з поширених матричних методів — *метод балів.* Його застосування передбачає виконання наступних етапів.

Перший етап — формування матриці вихідних оціночних показників, до складу якої входять *m* ключових показників конкурентоспромо-

жності для *n* об'єктів. Кожен *i-й* показник ($1 \le i \le m$) на *j*-му об'єкті ($1 \le j \le n$) задається величиною відповідного коефіцієнта: K_{ij}. У результаті одержуємо матрицю *X,* рядки якої характеризують аспекти конкурентоспроможності об'єкта за *m* різними показниками:

$$X = \begin{pmatrix} K_{11} & K_{12} & K_{13} & K_{14} & K_{1n} \\ K_{21} & K_{22} & K_{21} & K_{24} & K_{2n} \\ .... & ... & ... & ... & ... \\ K_{m1} & K_{m2} & K_{m3} & K_{m4} & K_{mn} \end{pmatrix} \qquad (10.5)$$

Наступний етап — ранжирування оціночних показників за ступенем вагомості. Результатом цього етапу є побудова деякого вектора $(k_1, k_2,...,k_m)$, де k_i — коефіцієнт вагомості кожного показника. У вітчизняній аналітичній практиці вагомість показників прийнято визначати експертним шляхом з урахуванням уявлення про важливість того чи іншого показника саме для оцінки конкурентоспроможності об'єкта.

Третій етап — побудова вектора, що складається з максимальних значень за кожним з *m* показників. Цей вектор становить додатковий рядок чисел ($Kmax_i$) — показників підприємства — еталона, де

$$Kmax_i = max\ K_j\ (1 \le i \le n) \qquad (10.6)$$

На четвертому етапі відбувається складання нормалізованої матриці X' шляхом стандартизації показників вихідної матриці (K_{ij}) відносно відповідного показника еталонного підприємства за формулою:

$$K'_{ij} = \frac{K_{ij}}{K_{\max i}} \qquad (10.7)$$

Слід зазначити, що стандартизація дозволяє уникнути неявного ранжирування показників, коли мала варіація окремого показника може вплинути на результати оцінки.

На п'ятому етапі розраховуються бали, отриманих підприємствами за певним оціночним показником шляхом порівняння їх фактичних значень з найкращими в даній сукупності:

$$Б_{ij} = K'_{ij} * Б_{\max i} \qquad (10.8)$$

де $Б_{\max i}$ — максимально встановлений бал оцінювання окремого показника.

На шостому етапі відбувається отримання узагальненої бальної оцінки конкурентоспроможності та ранжирування підприємств у порядку зростання інтегрального показника з використанням наступної формули:

$$K_{спрj} = \sum_{j=1}^{n} Б_{ij} * k_i \qquad (10.9)$$

Застосування цього методу дозволяє не тільки визначити основних конкурентів та місце, в конкурентній боротьбі підприємства, яке оцінюється (за критерієм максимуму набраних балів), а й кількісно оцінити відставання від найбільш конкурентоспроможного підприємства.

При розрахунках також можна використовувати:

1. Коефіцієнт ринкової концентрації (GR), який розраховується як відсоткове співвідношення реалізації продукції певною кількістю найбільших продавців (3-25) до загального обсягу реалізації на даному ринку.

$$GR = \frac{\sum_{i=1}^{n} V_i}{V_m} * 100, \qquad (10.10)$$

де V_i — обсяг поставки товару і-м продавцем;

V_m — загальний обсяг поставки товару на даному товарному ринку;

n — кількість продавців, що діють в географічних межах ринку.

2. Індекс ринкової концентрації Герфінделя-Гіршмана:

$$HHI = \sum_{i=1}^{n} D_i^2 , \qquad (10.11)$$

де D_i — частка господарюючого суб'єкта — продавця на даному ринку;

n — кількість продавців, що діють в географічних межах ринку.

Цей індекс використовується в США в якості орієнтира для визначення можливості злиття фірм. У відповідності з різними значеннями коефіцієнтів концентрації та індексів Герфінкеля-Гіршмана виділяються три типи ринку:

перший тип — висококонцентровані ринки:
при 70% <GR <100%, 2 000 < HHI <10 000

другий тип — помірно концентровані ринки:
45% <GR <70%, 1 000 <HHI <2000

третій тип — низько концентровані ринки:
GR <45%; HHI <1 000

Розглянемо застосування даного методу на прикладі оцінки конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі.

Вихідна інформація про різні аспекти діяльності об'єктів оцінки — підприємств роздрібної продовольчої торгівлі «Метро», «Глобус» і «КСП», наведена в табл. 10.4.

Таблиця 10.4

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ГОСПОДАРСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Показники	Один. вимір.	Підприємства		
		Метро	Глобус	КПС
1. Виручка від реалізації	тис. грн.	105,4	149	129,5
2. Прибуток від операційної діяльності	тис. грн.	5,7	6,1	5,3
3. Чистий прибуток	тис. грн.	4,6	5,7	4,8
4.Середньооблікова чисельність	чол.	11	14	16
5.Кількість працівників, що постійно перебувають у штаті	чол.	10	12	14
6. Власний капітал	тис. грн.	6,9	10	37,8
7. Товарні запаси	тис. грн.	17,2	17,7	22,6
8. Середньорічна вартість активів	тис. грн.	28,9	32,4	61,3
9. Темпи зростання виручки від реалізації	%	124,5	114,9	135,4
10. Кількість товарних одиниць	од.	256	322	344
Середня кількість товарних одиниць на даному сегменті ринку	од.	328		

Ступінь впливу окремих складових потенціалу підприємств на рівень їхньої конкурентоспроможності, який визначено за результатами опитування групи експертів, наведено в табл. 10.5.

Таблиця 10.5

СТУПІНЬ ВПЛИВУ ОКРЕМИХ СКЛАДОВИХ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Чинники конкурентоспроможності	Вагомість чинника
Маркетинговий потенціал	0,2
Виробничий потенціал	0,4
3. Фінансовий потенціал	0,3
4. Кадровий потенціал	0,1

На основі наведених в табл. 10.4 і 10.5 даних оцінимо рівень конкурентоспроможності кожного підприємства за допомогою методу балів. Як оцінні показники можна використовувати коефіцієнти, що характеризують окремі складові потенціалу підприємства. Максимальна кількість балів за кожним оцінним відносним показником дорівнює 10.

Розрахуємо оцінні показники, що характеризують окремі складові потенціалу підприємств.

1. Маркетинговий потенціал, виходячи з наявної інформації, будуть характеризувати наступні коефіцієнти:

— коефіцієнт співвідношення товарних одиниць ($\frac{TO_i}{TO_{ср}}$) розраховується як відношення кількості товарних одиниць в асортименті *i*-того підприємства до кількості товарних одиниць в асортименті в середньому по підприємствах, що діють на даному ринковому сегменті;

— коефіцієнт оборотності запасів ($K_{оборот\ \ запасів}$), розраховується як відношення виручки від реалізації до середньої за період вартості матеріальних запасів для кожного підприємства.

2. Виробничий потенціал з урахуванням специфіки галузевої приналежності об'єктів оцінки характеризують наступні показники:

— темпи росту виручки від реалізації ($T_{виручки}$);

— рентабельність реалізації ($R_{реаліз}$), розраховується як відношення прибутку від операційної діяльності до суми виручки від реалізації (в частках одиниці).

3. Фінансовий потенціал можна охарактеризувати за допомогою показників:

— рентабельності власного капіталу ($R_{власного\ \ капіталу}$) — відношення чистого прибутку до суми власних коштів;

— коефіцієнт автономії ($K_{авт}$) — відношення суми власних коштів до загальної суми джерел фінансування.

4. Кадровий потенціал може бути описаний за допомогою показників:

— продуктивності праці

$$(ПП = \frac{Обсяг\ \ випуску\ \ продукції}{Середньоспискова\ \ чисельність}),$$

— коефіцієнта сталості кадрового складу

$$(K_{стал} = \frac{\begin{array}{c}Кількість\ \ працівників,\\ що\ постійно\ \ перебувають\ у\ \ штаті\end{array}}{Середньоспискова\ \ чисельність}).$$

Результати розрахунків оформимо в табл. 10.6.

Таблиця 10.6

РЕЗУЛЬТАТИ РОЗРАХУНКУ ОЦІННИХ ПОКАЗНИКІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Показники конкурентоспроможності	Підприємство		
	Метро	Глобус	КПС
1. Маркетинговий потенціал			
коефіцієнт співвідношення товарних одиниць	0,78	0,98	1,05
оборотність запасів	6,13	8,42	5,73
2. Виробничий потенціал			
темпи зростання виручки	1,25	1,15	1,35
рентабельність реалізації	0,05	0,04	0,04
3. Фінансовий потенціал			
рентабельність власного капіталу	0,67	0,57	0,13
коефіцієнт автономії	0,24	0,31	0,62
4. Кадровий потенціал			
продуктивність праці	9,58	10,64	8,09
коефіцієнт сталості кадрів	0,91	0,86	0,88

Після складання матриці оцінних показників необхідно виділити найкращі значення за кожним показником і присвоїти їм 10 балів (відповідно до умов завдання).

Розрахунок балів, отриманих за іншими показниками групи підприємств, ведеться за формулам 10.7 і 10.8.

Далі розрахуємо зважені бали за кожним показником з урахуванням вагомості складових потенціалу та інтегральний показник конкурентоспроможності кожного підприємства за формулою 10.9.

Результати розрахунків, наведені в табл. 10.7, свідчать про те, що рівень конкурентоспроможності досліджуваних підприємств характеризується незначними коливаннями навколо його середнього значення. Найбільш сильну позицію в конкурентній боротьбі займає магазин «Метро» за рахунок більш позитивного впливу чинників виробничого (рентабельність реалізації) та фінансового (рентабельність власного капіталу) потенціалу порівняно із підприємствами-конкурентами. Водночас, це підприємство характеризується невисоким ступенем реалізації маркетингового потенціалу, на дослідження якого повинні бути спрямовані майбутні заходи щодо зміцнення своєї конкурентної позиції.

Таблиця 10.7

СТУПІНЬ ВПЛИВУ ОКРЕМИХ СКЛАДОВИХ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ НА РІВЕНЬ ЇХНЬОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Показники	Од. вим.	Значення показників (K_{ij})			K_{maxi}	$Б_i$	Бали за оцінними показниками ($Б_{ij}$)			Вагомість (k_i)	Зважені бали		
		Метро	Глобус	КПС			Метро	Глобус	КПС		Метро	Глобус	КПС
Коефіцієнти:	коеф.												
співвідношення товарних одиниць		0,78	0,98	1,05	1,05	10	7,44	9,36	10,0	0,2	1,49	1,87	2,00
автономії		0,24	0,31	0,62	0,62	10	3,87	5,01	10,0	0,3	1,16	1,50	3,00
сталості кадрів		0,91	0,86	0,88	0,91	10	10,0	9,43	9,63	0,1	1,00	0,94	0,96
Оборотність запасів		6,13	8,42	5,73	8,42	10	7,28	10,00	6,81	0,2	1,46	2,00	1,36
Темпи зростання виручки	%	1,25	1,15	1,35	1,35	10	9,19	8,49	10,0	0,4	3,68	3,39	4,00
Рентабельність:	коеф.												
реалізації		0,05	0,04	0,04	0,05	10	10,0	7,57	7,57	0,4	4,00	3,03	3,03
власного капіталу		0,67	0,57	0,13	0,67	10	10,0	8,55	1,90	0,3	3,00	2,57	0,57
Продуктивність праці	тис. грн./чол.	9,58	10,64	8,09	10,64	10	9,00	10,0	7,60	0,1	0,90	1,00	0,76
Інтегральний показник конкурентоспроможності											16,68	16,30	15,68

10.4. Аналіз конкурентних позицій підприємства

Аналіз конкурентних позицій підприємства необхідно проводити для:

— розробки заходів по покращенню конкурентоспроможності;

— вибору підприємством партнера для організації спільного випуску продукції;

— залучення коштів інвестора в перспективне виробництво;

— складання програми виходу підприємства на нові ринки збуту.

Мета аналізу конкурентних позицій підприємства — визначити положення підприємства на галузевому ринку, виявити позитивні і негативні фактори, які можуть вплинути на формування та розвиток елементів потенціалу у конкурентному середовищі.

У процесі проведення аналізу зазвичай застосовуються такі прикладні прийоми і методи: STEP — аналіз; SWOT — аналіз; SPACE — аналіз; GAP — аналіз; метод аналізу LOTS; PIMS — аналіз; вивчення профілю об'єкта; модель GE/McKinsey; система 111-555.

Розглянемо деякі з них.

Метод STEP — аналізу дозволяє охарактеризувати зовнішню економічну ситуацію комплексно, оцінюючи вплив чинників: суспільних, технологічних, економічних, політичних, правових. Аналіз здійснюється за схемою «чинник — підприємство». Результати аналізу оформлюються у вигляді матриці, на горизонтальній осі якої визначаються чинники макросередовища, на вертикальній — сила їхнього впливу в балах, рангах або інших одиницях виміру. Результати STEP-аналізу дозволяють оцінити зовнішню економічну ситуацію в галузі виробництва та комерційної діяльності.

Одним із найпоширеніших інструментів стратегічного аналізу позиції підприємства (потенціалу) в конкурентній боротьбі є метод SWOT-аналізу (назва утворилася як абревіатура чотирьох англійських слів: Strengths, Weeknesses, Opportunities, Threats — SWOT, що у перекладі означає «сили, слабкості, можливості, загрози»).

SWOT-аналіз передбачає виконання певної послідовності дій.

Ідентифікація та вивчення факторів зовнішнього оточення підприємства (табл. 10.8) з метою виявлення поточних та потенційних загроз та своєчасного запобігання збитків внаслідок їхньої дії.

Таблиця 10.8

ЗОВНІШНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ ДЛЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА *(ПРИКЛАД)*

Чинник зовнішнього середовища	Можливості	Загрози
Економіка	Зростання ВВП Активізація інвестиційних процесів Стабільність валютних курсів	Економічна криза в країні Високий рівень інфляції Високий рівень процентних ставок Високий рівень податків
Політика та законодавство	Політична стабільність Досконалість законодавчих актів Стабільність законодавства	Високий тиск політичних сил на економіку Мінливість законодавства Суперечність законодавства

Закінчення табл. 10.8

Чинник зовнішнього середовища	Можливості	Загрози
Соціальна сфера	Зростання грошових доходів та заощаджень населення Підвищення культурного рівня	Зменшення реальних доходів населення Погіршення демографічної ситуації
Розвиток науки та техніки	Швидкий розвиток інформаційних технологій Поліпшення інноваційного клімату	Низький рівень витрат на наукові дослідження Низька якість інформаційних ресурсів

Доцільно розглядати сильні та слабкі сторони за окремими функціональними складовими потенціалу (табл. 10.9).

Таблиця 10.9

СИЛЬНІ ТА СЛАБКІ ПОЗИЦІЇ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СКЛАДОВИХ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА *(ПРИКЛАД)*

Складова потенціалу	Сильні позиції	Слабкі позиції
Виробнича	Низький рівень собівартості продукції Висока якість продукції Висока фондовіддача Впровадження інновацій у виробничий процес Сучасне високопродуктивне обладнання	Застаріле обладнання Високий рівень витрат порівняно з конкурентами Високий рівень енергоємності технології порівняно з конкурентами Низький рівень завантаження виробничих потужностей
Кадрова	Висока кваліфікація та компетентність персоналу Здатність працівників до генерування ідей Позитивна ділова репутація	Неефективна система мотивації та стимулювання праці Високий рівень плинності кадрів
Маркетингова	Висока частка ринку Ефективна реклама та стимулювання збуту Високий рівень лояльності споживачів до продукції Високий рівень диференціації продукції	Недостатній рівень широти та глибини асортименту Зменшення ринкової частки Скорочення клієнтської бази

Закінчення табл. 10.9

Складова потенціалу	Сильні позиції	Слабкі позиції
Фінансова	Доступність позикових коштів Висока ділова активність Висока ліквідність активів Стійке фінансове становище Високий рівень рентабельності капіталу	Недостатність фінансових ресурсів Нестійке фінансове становище Високий рівень залежності від кредиторів Низька рентабельність
Організаційні можливості	Кваліфікований менеджмент Ефективна організаційна структура	Низька кваліфікація менеджерів Низька швидкість проходження керуючих впливів

Аналіз сильних і слабких сторін здійснюється за допомогою порівняльних методів. Так, кожна позиція, визначена, наприклад, в табл. 10.9, оцінюються за визначеною шкалою оцінки (бальною) та, як правило, ранжується за важливістю, тобто зважується (для отримання більш достовірних результатів). Конкурентні сили підприємства за окремими позиціями визначаються шляхом порівняння його оцінок.

Для отримання загального результату оцінки застосовується показник «абсолютної конкурентної сили», який для j-ої кількості підприємств (j є [1; m]) розраховується за формулою:

$$KC_{абс} = \sum_{i=1}^{n} (KCi_{оц} - max\ KC_{ij}), \qquad (10.12)$$

де $KC_{абс}$ — абсолютна конкурентна сила підприємства — об'єкта оцінки;

$KCi_{оц}$ — оцінка і-го чинника конкурентної сили (слабкості) для оцінюваного підприємства;

KC_{ij} — оцінка і-го чинника конкурентної сили (слабкості) для *j*-го підприємства — конкурента;

n — кількість чинників, що характеризують сильні та слабкі конкурентні позиції.

Розглянемо застосування аналізу сильних і слабких сторін на прикладі оцінки підприємства «Будпроект», яке займається виробництвом покрівельних матеріалів. Результати розрахунків конкурентної сили за окремими позиціями та абсолютної конкурентної сили (без ранжування за важливістю) наведено в табл. 10.10. (шкала вимірювання — від 0 до 10 балів).

Таблиця 10.10

ОЦІНКА СИЛЬНИХ І СЛАБКИХ ПОЗИЦІЙ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

№ з/п	Чинник	Оцінка				$КС_{оц} - КС_i$
		$КС_1$	$КС_2$	$КС_3$	$КС_{оц}$	
1	Частка ринку	4	5	7	5	-2
2	Якість продукції	6	6	7	8	+1
3	Прибутковість	6	7	7	7	0
4	Технічний потенціал	6	7	8	9	+1
5	Розробка та реалізація інновацій	5	5	9	6	-3
6	Кадровий потенціал	6	9	8	8	-1
7	Менеджмент	6	6	7	7	0
Конкурента сила		39	45	53	50	-4

Як бачимо, конкурентна сила підприємства «Будпроект» оцінюється в 50 балів, що гірше від лідера досліджуваної групи — третього конкурента на 3 бали, але краще за другого та першого конкурентів відповідно на 5 і 11 балів.

Абсолютна конкурентна сила підприємства «Будпроект» має від'ємне значення та дорівнює — 4 бала (для порівняння у другого конкурента — (-7) балів, у першого — (-17) балів). Таким чином, для досліджуваного підприємства слабкості перевищують сильні позиції.

Узгодження сил (слабкостей) із можливостями (загрозами) шляхом їхнього позиціонування на полях двомірної SWOT-матриці (вісь абсцис — сили та слабкості, вісь ординат — можливості та загрози) та розробки стратегій підвищення конкуренто-спроможності відповідно до однієї з чотирьох можливих позицій в матриці:

1) сильні позиції — зовнішні можливості (стратегія використання сил для реалізації можливостей);

2) сильні позиції — зовнішні загрози (стратегія використання сил для нейтралізації загроз);

3) слабкості — зовнішні можливості (стратегія реалізації можливостей для подолання слабкостей);

4) слабкості — зовнішні загрози (стратегія скорочення діяльності в даному ринковому сегменті).

Метод SPACE-аналізу є похідним від SWOT-аналізу та застосовується для оцінки сильних та слабких сторін діяльності невеликих підприємств за такими групами критеріїв:

1) фінансова сила підприємства (ФС);

2) конкурентоспроможність підприємства (КП);
3) привабливість галузі (ПГ);
4) стабільність галузі (СГ).

На основі вивчення ключових критеріїв у складі кожної групи складається матриця спрямованої стратегії в системі координат SPACE та будується вектор позиції підприємства, що оцінюється. Положення вектора визначає тип рекомендованої стратегії (консервативна, захисна, конкурентна, агресивна) для зміцнення конкурентних позицій.

Розглянемо застосування даного методу для аналізу ринкової позиції та вибору оптимальної стратегії середнього за обсягами діяльності підприємства з виробництва меблів «Добробут», результати бальної оцінки показників за ключовими критеріями для якого наведені в табл. 10.11.

Таблиця 10.11

РЕЗУЛЬТАТИ БАЛЬНОЇ ОЦІНКИ КРИТЕРІЇВ ЗА МЕТОДОМ SPACE-АНАЛІЗУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА «ДОБРОБУТ»

Критерії	Оцінка, балів	Вага	Зважена оцінка, балів
Фінансова сила підприємства (ФС)			
Рентабельність інвестицій	2	0,3	0,6
Динаміка прибутку	3	0,3	0,9
Рівень фінансової стійкості	7	0,4	2,8
Загальна оцінка критерію			4,3
Конкурентоспроможність підприємства (КП)			
Частка підприємства на ринку	4	0,2	0,8
Конкурентоспроможність продукції	5	0,2	1,0
Рентабельність реалізації продукції	4	0,6	2,4
Загальна оцінка критерію			4,2
Привабливість галузі (ПГ)			
Рівень прибутковості галузі	8	0,4	3,2
Стадія життєвого циклу галузі	6	0,3	1,8
Залежність розвитку галузі від кон'юнктури	7	0,3	2,1
Загальна оцінка критерію			7,1
Стабільність галузі (СГ)			
Стабільність прибутку	8	0,5	4,0
Рівень розвитку інноваційної діяльності в галузі	3	0,3	0,9
Маркетингові та рекламні можливості	7	0,2	1,4
Загальна оцінка критерію			6,3

Для оцінки фінансової сили підприємства було обрано показники рентабельності інвестицій, динаміки прибутку та рівня фінансової стійкості (залежності від зовнішніх зобов'язань); для оцінки конкурентоспроможності підприємства — показники частки підприємства на ринку, рентабельності реалізації продукції та конкурентоспроможності продукції; привабливість галузі визначається рівнем її прибутковості, стадією життєвого циклу, залежністю від ринкової кон'юнктури, а стабільність галузі — стабільністю прибутку, рівнем розвитку інноваційної діяльності та маркетинговими й рекламними можливостями.

Кожен показник, що характеризує ключові критерії, оцінювався за десятибальною шкалою на основі порівняння фактичних значень фінансових коефіцієнтів із нормальним їх рівнем для підприємства та на основі вивчення статистичної інформації щодо економічного становища галузі.

Результати зваженої оцінки фінансової сили підприємства (4,3 бала) свідчать про наявність певних проблем на підприємстві, пов'язаних із забезпеченням ефективного використання вкладеного капіталу. Так само невисоким є і рівень конкурентоспроможності підприємства (4,2 бала) через незнання керівництвом підприємства секрету доходності бізнесу, про достатньо високий рівень якого свідчать високі оцінки привабливості та стабільності галузі (7,1 бала та 6,3 бала відповідно).

Після отримання зважених оцінок ключових критеріїв наступним етапом SPACE-аналізу є побудова вектора рекомендованої стратегії в системі координат SPACE (рис. 10.1).

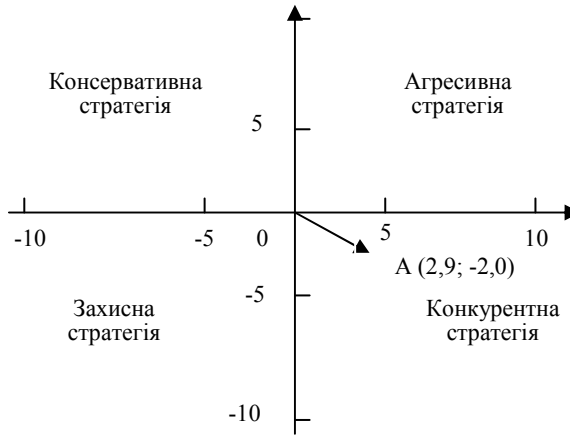

Рис. 10.1. Визначення вектора рекомендованої стратеги підприємства в системі координат SPACE

Початок вектора знаходиться в точці початку координат, кінець вектора знаходиться в точці А з координатами:

$$x = ПГ – КП;$$
$$y = Ф С– СГ.$$

Відповідно для підприємства-об'єкта оцінки ці координати дорівнюють:

$$x = 7,1 – 4,2 = 2,9;$$
$$y = 4,3 – 6,3 = -2,0.$$

Метод аналізу GAP розроблено в Стенфордському дослідницькому інституті в Каліфорнії. Він становить спробу знайти методи розробки стратегії та методи управління, які дозволяють привести справи у відповідність із найбільш високим рівнем вимог.

Використання методу передбачає виконання послідовності таких дій:

1) попереднє формулювання цілей діяльності на 1 рік, 3 роки, 5 років;

2) прогноз динаміки норми прибутку в ув'язуванні з встановленими цілями бізнес-одиниці;

3) установлення розриву між цілями та прогнозами;

4) визначення альтернатив здійснення інвестицій для бізнес-одиниці та прогноз результатів;

5) визначення загальних альтернативних конкурентних позицій для кожної бізнес-одиниці та прогноз результатів;

6) розгляд інвестицій і альтернатив цінової стратегії для кожної бізнес-одиниці;

7) узгодження цілей стратегії кожної бізнес-одиниці з перспективами портфеля в цілому;

8) установлення розриву між попередніми цілями діяльності і прогнозом для кожної бізнес-одиниці;

9) уточнення профілю можливих придбань (створення) нових бізнес-одиниць;

10) визначення ресурсів, необхідних для таких придбань, і характеру їхнього можливого впливу на наявні в портфелі бізнес-одиниці;

11) перегляд цілей і стратегії існуючих підприємств із метою створення цих ресурсів.

Подібний аналіз може здійснюватися як для бізнес-одиниць окремого підприємства, так і для групи підприємств, а його результатом є розробка заходів для ліквідації розриву між бажаною і прогнозованою діяльністю.

10.5. Можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства

Підвищення конкурентоспроможності підприємств вимагає розробки і реалізації конкурентних стратегій.

Конкурентна стратегія — це комплекс розроблених заходів, які дають можливість утримувати і покращувати існуюче положення на ринку, розвиваючи заздалегідь визначені перспективні види продукції з метою розширення пропозиції, задоволення потреб споживачів, збільшення ринкової частки в певних сегментах та досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства шляхом підвищення його іміджу.

На підприємстві має бути розроблена відповідна стратегія конкурентоспроможності, передбачені заходи щодо всього виробничо-господарського комплексу. Варіанти стратегії можуть відрізнятися цілями, часовими параметрами та іншими характеристиками залежно від конкретних і перспективних завдань, але в кожному випадку їх головна мета — забезпечення переваг над конкурентами.

Конкурентна стратегія повинна ґрунтуватися на всебічному розумінні структури галузі й процесу її зміни. У будь-якій галузі економіки (немає значення, діє вона тільки на внутрішньому ринку чи й на зовнішньому теж) — суть конкуренції виражається п'ятьма силами: загрозою появи нових конкурентів; загрозою появи товарів або послуг-замінників; здатністю постачальників комплектуючих виробів і т.д. торгуватися; здатністю покупців торгуватися; суперництвом уже наявних конкурентів між собою.

Постачальники й покупці, намагаючись покористуватися, знижують прибуток підприємства. Конкуренція усередині галузі також знижує прибуток, тому що для підтримки конкурентних переваг доводиться збільшувати витрати (витрати на рекламу, організацію збуту, НДДКР) або втрачати прибуток за рахунок зниження цін. Наявність товарів-замінників зменшує попит й обмежує ціну, яку підприємство може запросити за свій товар. З погляду вхідних бар'єрів дія факторів, представлених у моделі, багато в чому визначається, з одного боку, наявністю реальних і потенційних конкурентів, з іншого — перешкодами для входу на ринок. Усі названі фактори створюють умови для динамічного розвитку конкуренції й «старіння» наявних конкурентних переваг.

Розробляючи конкурентну стратегію, підприємства прагнуть знайти й втілити спосіб вигідно й довгочасно конкурувати у своїй галузі. Універсальної конкурентної стратегії не існує; тільки стратегія, погоджена з умовами конкретної галузі промисловості, навичками й капіталом, якими володіє конкретне підприємство, може принести успіх.

Вибір конкурентної стратегії визначають два головних моменти. Перший — структура галузі, у якій діє підприємство. Суть конкуренції в різних галузях сильно відрізняється, і ймовірність довгострокового одержання прибутку в різних галузях неоднакова. Другий головний момент — це позиція, яку підприємство займає в межах галузі. Деякі позиції більше вигідні, ніж інші, поза залежністю від середньої прибутковості галузі.

Кожний із цих моментів сам по собі недостатній для вибору стратегії. Так, підприємство в дуже прибутковій галузі може не одержати великого прибутку, якщо неправильно вибере позицію в галузі. І структура галузі, і позиція в ній можуть змінюватися. Галузь може згодом ставати більш (або менш) «привабливою» у міру зміни умов створення в країні цієї галузі або інших елементів структури галузі. Позиція в галузі — відбивати нескінченні війни конкурентів.

Значення кожної з п'яти сил змінюється від галузі до галузі й визначає в остаточному підсумку прибутковість галузей. У тих галузях, де дія цих сил складається сприятливо, численні конкуренти можуть одержувати високі прибутки від вкладеного капіталу. У тих же галузях, де одна або кілька сил діють несприятливо, далеко не всім підприємствам вдається тривалий час зберігати високі прибутки.

Контрольні питання до теми

1. Надайте визначення поняття «конкурентоспроможність».
2. Назвіть суттєві характеристики конкурентоспроможності підприємства, як економічної категорії.
3. Охарактеризуйте взаємозв'язок конкурентоспроможності продукції і конкурентоспроможності підприємства.
4. Назвіть відмінності категорій конкурентоспроможності продукції і конкурентоспроможності підприємства
5. Визначить дефініцію «конкурентоспроможність підприємства».
6. Назвіть фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.
7. Визначите мету аналізу конкурентоспроможності підприємства.
8. Назвіть задачі аналізу конкурентоспроможності підприємства
9. Які показники визначають конкурентоспроможність підприємства?
10. Які методи використовуються для оцінки конкурентоспроможності підприємства?
11. У чому полягає суть методу, заснованого на теорії ефективної конкуренції?
12. З якою метою проводиться аналіз конкурентних позицій підприємства?
13. Які прикладі прийоми і методи використовуються для аналізу конкурентних позицій?
14. Назвіть напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Тематика доповідей

1. Аналітичне забезпечення управління конкурентоспроможністю
2. Визначення конкурентоспроможності підприємств та стратегії її підвищення
3. Методи визначення конкурентоспроможності підприємства
4. Економічна стійкість підприємства як основа забезпечення його конкурентоспроможності
5. Конкурентоспроможність вітчизняної продукції: проблеми та перспективи

Тестові завдання

1. На конкурентоспроможність підприємства впливають наступні фактори:
А) тривалість праці на даному ринку;
Б) обрана система оподаткування (загальна або спрощена);
В) конкурентні позиції підприємств, що працюють на цьому ринку.

2. Суттєвими характеристиками конкурентоспроможності підприємства, як економічної категорії, виступають:
А) відносна оцінка;
Б) різні підходи до розуміння даної категорії;
В) залежність від ринкової активності підприємства.

3. Відмінності категорій конкурентоспроможності підприємства і продукції:
А) конкурентоспроможність підприємства оцінюється в довгостроковій перспективі, конкурентоспроможність товару у короткостроковій;
Б) конкурентоспроможність продукції оцінюється у часовому інтервалі, який відповідає життєвому циклу товару;
В) конкурентоспроможність продукції залежить від сезонності продаж, конкурентоспроможність підприємства — ні.

4. Ефективність виробничої діяльності підприємства (ВД) оцінюється за допомогою наступних показників:
А) фондоемкості;
Б) фондовіддачі;
В) рентабельності основних засобів.

5. Для оцінки фінансового положення підприємства використовуються показники:
А) коефіцієнт автономії;
Б) коефіцієнт залежності підприємства від залучених коштів;
В) коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів.

6. Ефективність організації збуту та просування товару оцінюється за допомогою наступних показників:
А) рентабельності витрат на збут;
Б) рентабельності витрат;
В) рентабельності продаж.

7. Якщо відносний показник конкурентоспроможності дорівнює 60%, це означає:
А) нестійке становище підприємства на ринку;
Б) досить стійке положення підприємства;
В) успішне положення підприємства.

8. Показник інтегральної конкурентоспроможності розраховується наступним чином (K_i — приватні показники конкурентоспроможності окремих сторін діяльності підприємства загальним числом *n*, W_i — вагомість окремих факторів у загальній сумі):

А) $K = \sum_{i=1}^{n} W_i * K_i$;

Б) $K = \sum_{i=1}^{n} \frac{W_i}{K_i}$;

В) $K = \sum_{i=1}^{n} \frac{K_i}{W_i}$

9. Аналіз конкурентних позицій підприємства необхідно проводити:
А) для розробки програми по утриманню старих ринків збуту;
Б) на вимогу інвесторів;
В) для вибору підприємством партнера для організації спільного випуску продукції.

10. Метод SPACE-аналізу застосовується для оцінки сильних та слабких сторін діяльності невеликих підприємств за такими групами критеріїв:
А) конкурентоспроможність товару;
Б) привабливість галузі
В) фінансова незалежність підприємства.

Практичні завдання

Задача 10.1
Оцінити рівень конкурентоспроможності підприємств та визначити інтегральний показник конкурентоспроможності для кожного підприємства.

(%)

№	Показники	Підприємства		
		А	Б	В
1	Рівень завантаження обладнання	75	80	95
2	Частка довгострокових угод на виробництво продукції	25	50	55
3	Частка недовиробленої продукції через простої виробництва	8	0	10
4	Коефіцієнт оновлення асортименту	10	20	10
5	Частка продукції, що немає сталого попиту	30	20	25
6	Рівень продуктивності праці порівняно з галузевим	90	110	105
7	Рівень плинності кадрів	15	20	5
8	Достатність виробничих запасів для безперервного виробничого процесу	80	95	75
9	Рентабельність власного капіталу	25	20	18

Вагомість: маркетинг і комерційна діяльність — 0,2; виробничий менеджмент — 0,3; кадровий менеджмент — 0,25; управління закупівлями — 0,1; фінансовий менеджмент — 0,15.

Задача 10.2

Оцінити конкурентну силу та абсолютну конкурентну силу підприємства №1. Вихідна інформація про силу конкурентних позицій підприємства та його основних конкурентів наведена в таблиці. Шкала вимірювання від 0 до 10 балів.

№	Чинники (ознаки)	Вага	Підприємство №1	Конкуренти			
				1	2	3	4
1	Якість продукції	0,1	8	5	10	1	6
2	Ділова репутація	0,1	8	7	10	1	6
3	Рівень витрат	0,2	5	10	3	1	4
4	Технічний потенціал	0,05	10	1	7	3	8
5	Розробка та реалізація інновацій	0,1	9	4	10	5	1
6	Кадровий потенціал	0,2	5	7	10	1	4
7	Фінансовий стан	0,15	5	10	7	3	1
8	Менеджмент	0,1	9	4	10	5	1

Задача 10.3
Визначити ринкову позицію та обґрунтувати оптимальну стратегію за допомогою SPACE-аналізу для підприємства з виробництва круп, результати бальної оцінки показників за ключовими критеріями для якого наведені в таблиці.

Критерії	Оцінка, бали	Вага
Фінансова сила підприємства		
Рентабельність власного капіталу	6	0,4
Стабільність прибутку	5	0,3
Рівень фінансової стійкості	4	0,3
Конкурентоспроможність підприємства		
Частка підприємства на ринку	6	0,3
Темпи зростання ринкової частки	4	0,2
Рентабельність реалізації продукції	6	0,5
Привабливість галузі		
Рівень прибутковості галузі	7	0,5
Стадія життєвого циклу галузі	5	0,3
Залежність розвитку галузі від кон'юнктури	5	0,2
Стабільність галузі		
Стабільність прибутку	6	0,4
Рівень розвитку інноваційної діяльності в галузі	2	0,2
Маркетингові та рекламні можливості	5	0,4

Література

[6, 15—17, 18, 23, 24, 27, 30, 41, 46, 47, 52, 68, 72, 116, 119, 120 — 122, 125].

Тема 11

—♦—

ОСНОВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО АНАЛІЗУ

11.1. Значення, інформаційне забезпечення і задачі аналізу інвестиційної діяльності підприємства
11.2. Методи аналізу і оцінки реальних інвестицій
11.3. Методика аналізу фінансових інвестицій підприємства
11.4. Методика оцінки інвестиційної привабливості підприємства
11.5. Прогнозування інвестиційної привабливості підприємства

11.1. Значення, інформаційне забезпечення і задачі аналізу інвестиційної діяльності підприємства

Поняття «інвестиції» на сьогоднішній день активно використовується в економічній літературі.

У загальному розумінні, з точки зору економічної теорії, інвестиції являють собою вкладення капіталу з метою подальшого його збільшення, тобто інвестиції можуть розглядатися як рушійна сила самозростання вартості капіталу суб'єкта господарювання і, відповідно, подальшого економічного зростання в масштабі держави. При цьому приріст капіталу повинен бути достатнім для того, щоб компенсувати інвестору відмову від використання наявних коштів на споживання в поточному періоді, винагородити його за ризик, відшкодувати втрати від інфляції в наступному періоді.

Організація процесу аналізу інвестиційної діяльності підприємства — це сукупність дій, які застосовуються суб'єктом до об'єкта дослідження для досягнення сформованої мети. Графічна інтерпретація організації процесу аналізу інвестиційної діяльності підприємства представлена на рис. 11.1.

Отже, структурно сама організація процесу аналізу інвестиційної діяльності підприємства складається з процедур аналізу (виміру) фактичного стану об'єктів, а також процедур порівняння результатів із встановленими законодавчими актами і нормами, стандартами нормативними показниками. За межами процесу організації аналізу інвестиційної діяльності підприємства перебувають необхідні умови його реалізації: організаційне, методичне та інформаційне забезпечення. Проявом останнього є встановлення параметрів стану об'єктів дослідження.

У зв'язку з цим виникає об'єктивна потреба у детальному вивченні об'єктів і суб'єктів організації процесу аналізу інвестиційної діяльності підприємства.

Зазначимо, що сукупним об'єктом аналізу є основна діяльність підприємства.

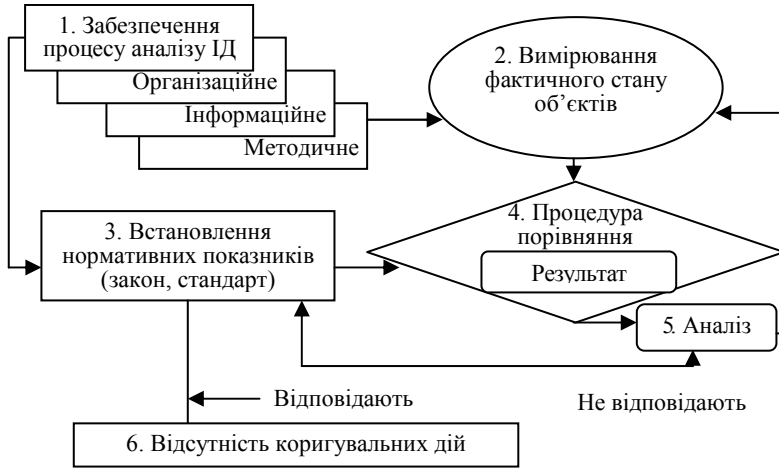

Рис. 11.1. Організація процесу аналізу інвестиційної діяльності підприємства та елементи його забезпечення

Акцентуємо увагу на суб'єктах організації аналізу інвестиційної діяльності підприємства.

Можна припустити, що суб'єкти інвестиційного ринку можуть виступати й суб'єктами аналізу. Суб'єктами інвестиційної діяльності в Україні є: інвестори, виконавці, користувачі об'єктів інвестиційної діяльності, постачальники товарно-матеріальних цінностей, устаткування й проектних розробок, юридичні особи, громадяни України, іноземні юридичні або фізичні особи, державні й міжнародні організації та ін.

Послідовність етапів організації процесу аналізу інвестиційної діяльності підприємства можна представити, як:

— організаційне;
— інформаційне;
— методичне.

Основою наукової організації процесу аналізу інвестиційної діяльності підприємства є системний підхід, що являє собою одну з найважливіших сторін діалектичного методу дослідження, одну з форм конкретизації принципів діалектики, насамперед принципу взаємозв'язку явищ.

Однією з відмітних рис системи є наявність її складових елементів, які у свою чергу можуть виступати в ролі системи більш низького порядку й які так само складаються з окремих взаємозалежних елементів.

Аналіз інвестиційної діяльності підприємств може розглядатися як самостійна система і як один з елементів у системі більш високого порядку (рис. 11.2).

Рис. 11.2. Система аналізу інвестиційної діяльності підприємств

Очевидним є той факт, що аналіз інвестиційної діяльності підприємств виступає підсистемою в системах більше високого порядку і є одним із елементів, що забезпечує ефективне функціонування всієї системи.

Якісний аналіз інвестиційної діяльності має велике значення не тільки для майбутнього положення підприємства, але і для економіки країни у цілому. За його допомогою керівництвом приймаються більш ефективні управлінські рішення по розширенню, відтворенню основних засобів як виробничого, так і невиробничого характеру, а також по укріпленню матеріально-технічної бази суб'єктів господарювання. Це дозволяє їм збільшити об'єкти виробництва продукції, прибуток, поліпшити умови праці і побуту робітників. Від них залежить: собівартість, асортимент, якість, новизна і привабливість продукції, її конкурентоздатність.

Метою аналізу інвестиційної діяльності підприємств є дослідження ключових (найбільш інформаційних) параметрів, що дають об'єктивну і точну картину процесу інвестування і впливають на структуру активів і пасивів балансу.

Загальна мета аналізу інвестиційної діяльності досягається в результаті розв'язання повного взаємозалежного набору аналітичних *задач*.

Задачі представляють собою конкретизацію цілі аналізу інвестиційної діяльності з урахуванням організаційних, інформаційних, технічних і методичних можливостей його проведення.

Таким чином, *аналіз інвестиційної діяльності узагальнює у собі процес накопичення, трансформації і використання аналітичної інформації про інвестиції і має ціль:*

— оцінити поточний і перспективний стан процесу інвестування у діяльність підприємства;

— визначити можливі і доцільні темпи розвитку підприємства з позиції здійсненого інвестування;

— виявити доступні джерела грошових коштів і оцінити можливість та доцільність їх використання для процесу інвестування;

— оцінити та спрогнозувати фінансовий стан підприємства після здійснення процесу інвестування.

Зі цих цілей аналізу випливає загальна задача аналізу , яка заключається в оцінці динаміки, ступеню виконання плану і пошуку резервів збільшення обсягів інвестицій та підвищення їх ефективності.

Також, задачами є:

— обґрунтування розміру загальної величини короткострокових (поточних) і довгострокових інвестицій;

— обґрунтування розміру основного і оборотного капіталу у результаті прийняття керівництвом підприємства рішення про інвестування у короткострокові і довгострокові інвестиції;

— оцінка ефективності використання короткострокових та довгострокових інвестицій;

— обґрунтування і кількісне вимірювання факторів, що впливають на ефективність використання інвестицій;

— оцінка інвестиційної привабливості підприємств, визначення його рейтингу та ін.

Для реалізації мети і задач аналізу інвестиційної діяльності необхідно відповідне інформаційне забезпечення.

Інформаційне забезпечення (база) аналізу інвестиційної діяльності підприємства — сукупність інформаційних ресурсів, які характеризують об’єкти аналізу інвестицій і необхідні для досягнення поставленої мети аналізу.

Інформаційне забезпечення аналізу інвестиційної діяльності підприємства включає:

Основні нормативно-правові документи:

1. Про інвестиційну діяльність: Закон України станом на 1 січня 1992 р.

2. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій від 23.02.98 №22: станом на 01.02.1998 р.

3. Про затвердження інвестиційних програм і проектів та проведення державної експертизи інвестицій: постанова від 15.08.1992 р. № 473.

4. Про затвердження форми інформаційного повідомлення про іноземну інвестицію в Україні та форми інвестиційного свідоцтва і розміру плати за державну реєстрацію іноземної інвестиції та видачу інвестиційного свідоцтва: наказ від 09.07.1993 р. № 47.

5. Положення про Експертну комісію з питань залучення інвестицій в рибопромислову галузь і розвитку її інфраструктури: постанова від 12.05 2004 р. № 604: док. 604-2004-п, ред. від 21.12.2005.

6. Про утворення Ради інвесторів при Кабінеті Міністрів України: постанова від 24.01.2007 р. № 37.

7. Про утворення Міжвідомчої ради з питань інвестицій та інноваційного розвитку: постанова від 07.03 2007 р. № 424.

8. Про утворення Державного агентства України з інвестицій та інновацій: постанова від 16.05 2007 р. № 749–2007-п.

9. Про затвердження Положення про Національне агентство екологічних інвестицій України: постанова від 30.07 2007 р. № 977.

10. Про затвердження Порядку ведення Державного реєстру уповноважених рейтингових агентств та видачі Свідоцтв про включення до Державного реєстру уповноважених рейтингових агентств: рішення від 23.06.2006 № 444.

11. Про затвердження Правил визначення уповноваженим рейтинговим агентством рейтингової оцінки за Національною рейтинговою шкалою економіки, суб'єктів господарювання: рішення від 21.05.2007 р. № 1042 та ін.

Фактографічна інформація:

— *на макрорівні:* офіційна інформація Державного комітету статистики України «Інвестиції та будівельна діяльність» (http://www.ukrstat.gov.ua/); статистика Платіжного балансу України Національного банку України (http://www.bank.gov.ua/Statist/index_PB.htm);

— *на мікрорівні:*

— *облікова:* облікові регістри (прибуткові та вибуткові документи, товарно — транспортні накладні; інвентаризаційні описи, облікові регістри за рахунками 14, 35 тощо);

— *первинна*: договори, бланки акцій, сертифікатів, прибутковий касовий ордер, виписка банку з поточного рахунку, реєстр цінних паперів, інвентаризаційний акт тощо;

— *позаоблікова:* документи, що фіксують ухвалене рішення (накази, розпорядження, постанови, інструкції, протоколи); результати *наукових, маркетингових досліджень, передового досвіду.*

Звітна інформація:

— *статистична:*

1. Звіт про фінансові результати і дебіторську та кредиторську заборгованість (ф. № 1-Б).

2. «Звіт про іноземні інвестиції в Україну» (ф. № 10-ЗЕЗ).

3. «Звіт про інвестиції з України в економіку країн світу» (ф. №13-ЗЕЗ).

4. Звіт підприємства про реалізацію інвестиційного проекту в спеціальній (вільній) економічній зоні або на території пріоритетного розвитку (ф. № 1-ІП).

5. Капітальні інвестиції(ф. № 2 — інвестиції).

— *облікова:* ф. № 1 «Баланс», ф. № 2 «Звіт про фінансові результати», ф. № 3 «Звіт про рух грошових коштів»,

11.2. Методи аналізу і оцінки реальних інвестицій

Реальні інвестиції — це вкладення капіталу в будь яку галузь економіки або підприємство, результатом чого є утворення нового капіталу або збільшення наявного капіталу (будинків, устаткування, тощо).

У основі процесу прийняття управлінських рішень інвестиційного характеру лежать оцінка і порівняння обсягу потрібних інвестицій і майбутніх грошових надходжень. Оскільки порівнювані показники відносяться до різноманітних моментів часу, ключовою проблемою є проблема їхньої порівнянності. Сприймати її можна по-різному в залежності від існуючих об'єктивних і суб'єктивних умов: темпу інфляції, розміру інвестицій і надходжень, що генеруються, обрію прогнозування, рівня кваліфікації аналітика тощо.

Методи, використовувані в аналізі інвестиційної діяльності, можна підрозділити на дві групи:

а) засновані на облікових оцінках;

б)засновані на дисконтованих оцінках.

Методи, засновані на облікових оцінках.

Метод 1. — *Строк окупності інвестицій.*

Строк окупності інвестицій — період часу, необхідний для повернення вкладених коштів (без дисконтування), іншими словами, це період часу, за який доходи покривають витрати на реалізацію інвестиційних проектів. Цей період порівнюється з тим часом, який керівництво підприємства вважає економічно виправданим. Критерій доцільності реалізації інвестиційного проекту визначається тим, що тривалість строку окупності інвестиційного проекту виявляється меншою порівняно з економічно виправданим терміном окупності.

Термін окупності інвестиційного проекту (T) може бути визначений за наступною моделлю:

— при рівномірному надходженні доходів за весь строк окупності:

$$T = \frac{K}{Пч + A} \le Тев. \ або \ T = \frac{K}{Гч} \le Тев.; \quad (11.1)$$

де T — строк окупності інвестиційного проекту, років;

Пч — щорічний чистий прибуток, грн.;

К — повна сума витрат на реалізацію інвестиційного проекту, включаючи затрати на науково-дослідні роботи, грн.;

Тев. — економічно виправданий строк окупності інвестицій, який визначається керівництвом підприємства;

А — щорічні амортизаційні відрахування, грн.;

Гч = Пч+А — щорічні чисті грошові надходження, грн.

Чистий прибуток визначають за моделлю:

$$Пч. = П\ (100 – Н)/100; \quad (11.2)$$

де *П* — щорічний прибуток, грн.;

Н — ставка податку на прибуток, %.

— при нерівномірному розподілі доходів протягом строку окупності інвестицій:

$$-K + \sum_{i=1}^{T}(Pi + Ai) \ge 0, T \le Тев.; \quad (11.3)$$

де *Pi* — чисті надходження (чистий прибуток) в і-му році, грн;

Ai — амортизаційні відрахування на повне відновлення, грн.

При застосуванні методу окупності не враховується фактор часу, тобто часовий аспект вартості грошей, при якому доходи й витрати, пов'язані з використанням інвестиційного проекту, порівнюють за допомогою дисконтування.

Перевагою методу оцінки ефективності інвестиційних проектів, виходячи із строку їх окупності, є його простота, головний недолік полягає у суб'єктивності підходу керівників підприємств або інвесторів до визначення виправданого періоду окупності інвестиційного проекту.

Приклад:

Підприємство збирається придбати нове обладнання. Першочергові витрати (капітальні вкладення) на його придбання і введення у експлуатацію становлять 10000 тис. грн. Дохід підприємства очікується у розмірі 3000 тис. грн. (у розрахунку на рік). Керівництво підприємства вважає витрати на реалізацію інвестиційного проекту виправданнями якщо строк окупності інвестицій 6 років. Прибуток протягом кожного року експлуатації устаткування планується у розмірі 2000 тис. грн., амор-

тизація — 1 000 тис. грн. Ставка податку на прибуток — 25 %. Необхідно визначити строк окупності устаткування?

Для відповіді на ці питання визначимо строк окупності інвестицій за формулою 11.1:

$$T = \frac{10000}{2000 * (1 - 0{,}25) + 1000} = \frac{10000}{2500} = 4{,}17\,р.$$

Висновок: строк окупності інвестицій дорівнює 4,17 р., що значно менше від економічно виправданого строку окупності (6 років). У цьому зв'язку, придбання нового обладнання є економічно виправданим.

Метод 2. — *Проста норма прибутку.*

Суть цього методу полягає у визначенні відношення між доходом від реалізації інвестиційного проекту і вкладеним капіталом (інвестиціями на реалізацію проекту) або у визначенні проценту прибутку на капітал.

Як правило, розрахунок норми прибутку на капітал може проводитися за двома методами:

— при першому методі виходять із загальної суми початкового капіталу, який був вкладений і який складається з: витрат на придбання і уведення в експлуатацію основних засобів і збільшення оборотного капіталу, необхідного для реалізації інвестицій;

— при другому методі визначають середній розмір вкладеного капіталу протягом всього терміну реалізації інвестиційного проекту. У цьому разі враховується скорочення капіталовкладень в основні засоби до їх залишкової вартості. Тому для розрахунку норми прибутку на капітал можна використовувати наступні формули:

$$Н_{пк} = \frac{\sum Г : T}{К} x\ 100\ ; \qquad (11.4)$$

$$Н_{пк} = \frac{\sum Г : T}{(К + Кзал.)/2} x\ 100\ ; \qquad (11.5)$$

$$Кзал. = К - З. \qquad (11.6)$$

де *Нпк* — норма прибутку на капітал, %;

$\Sigma Г$ — сума річних чистих грошових надходжень за весь термін реалізації інвестиційного проекту, грн.;

Т — термін реалізації інвестиційного проекту, років;

К — початкові вкладення на реалізацію інвестиційного проекту, грн.;

Кзал. — залишкова вартість вкладень, грн.;

З — знос об'єкта інвестування.

Перевагою цього методу є можливість швидкого визначення розміру майбутнього доходу від реалізації інвестиційного проекту.

Основний недолік показника норми прибутку на капітал полягає в тому, що він не враховує вартість грошей (прибутку) залежно від часу їх отримання.

Інша проблема виникає, коли використовують другий метод розрахунку середньої норми прибутку на капітал. У цьому разі початкова сума інвестицій і їх кінцева вартість усереднюються. Значення середньої інвестиційної вартості буде змінюватися залежно від річної норми амортизації.

Приклад:

Вартість основних засобів за інвестиційним проектом становить 24000 тис. грн. Строк використання інвестиційного проекту — 5 років. Додаткові (одночасні) витрати на збільшення оборотних засобів — 2000 тис. грн. Амортизація становить 4000 тис. грн. у рік. Очікується, що реалізація інвестиційного проекту дозволить одержати щорічний приріст доходу у 10000 тис. грн., що містить у собі 4000 тис. грн. постійних витрат на амортизацію. Таким чином, щорічний прибуток від реалізації інвестиційного процесу очікується у розмірі 6000 тис. грн. щорічно.

Необхідно визначити норму прибутку на капітал за двома методами.

При першому методі розмір вкладеного капіталу складе 26000 тис. грн. Він включає вартість основних засобів (24000 тис. грн.) і вартість інвентарю (2000 тис. грн.).

При використанні другого методу середня вартість капіталовкладень складе:

$$(26000 + (26\,000 - 4\,000 \text{ x } 5))/2 = 16000 \text{ тис. грн.}$$

При розрахунку норми прибутку на капітал за формулою 13.4 вона буде дорівнювати:

$$H_{пк} = \frac{10000x5/5}{26000} x100 = 38{,}5\% ;$$

При розрахунку норми прибутку на капітал за формулою 13.5 отримаємо:

$$H_{пк} = \frac{10000}{16000} x100 = 62{,}5\% .$$

Висновок: Отримані дані свідчать о можливості підприємства отримати дохід від реалізації інвестиційного проекту у розмірі від 38,5% до 62,5% від загальної суми капіталовкладень.

Метод 3. — *Середня фондовіддача.*

Середня фондовіддача проекту визначається діленням середнього чистого прибутку, накопиченого за весь період експлуатації проекту, на середню залишкову вартість основних засобів, придбаних за рахунок інвестованих грошових коштів.

Перевагою цього методу є доцільність використання для аналізу інвестиційних проектів локального характеру, пов'язаних із заміною обладнання для збільшення прибутку.

Недоліками при використанні даного методу є: ігнорування впливу фактору часу на ціну грошей; неповне врахування об'єкту інвестування, представленого лише засобами праці.

Методи, засновані на дисконтованих оцінках (NPV, IRR, DPP).

Процедура приведення різночасових платежів до базової дати, називається *дисконтуванням*, її призначення полягає у часовій упорядкованості грошових потоків різних часових періодів. Формула дисконтування має такий вигляд:

$$CF_{(0)} = \frac{CF(t)}{(1+p)^t}, \tag{11.7}$$

де $CF_{(t)}$ — номінальна вартість майбутнього потоку реальних грошей в році t (cash flow);

$CF_{(0)}$ — теперішня вартість даного потоку;

p — процентна ставка порівняння, поділена на 100 (вона являє собою норму дисконту, що характеризує мінімально припустимий рівень прибутковості інвестицій).

Розміри сучасних величин доходів, які одержують від капіталовкладення, є умовними характеристиками, оскільки вони певною мірою залежать від ставки порівняння, прийнятої для майбутнього. Залежно від конкретної ситуації, що склалася, облік фактора часу може мінятися, і те, що здавалося більш прийнятним в одних умовах, може не виявитися таким в інших.

Генерований грошовий потік (*CFI*) включає чистий прибуток і амортизаційні відрахування:

$$CFI = TP \times (1 - IT) + A; \tag{11.8}$$

де *CFI* — генерований грошовий потік (cash flow of investing activities);

TP — прибуток до оподаткування (total profit);

IT — ставка податку на прибуток (income tax), поділена на 100;

A — амортизаційні відрахування (amortization).

З фінансової точки зору, поточні доходи і витрати, а також генерований грошовий потік повністю характеризують інвестиційний проект.

Метод 1. — *Метод чистої теперішньої вартості.*

Чиста теперішня вартість (net present value, *NPV*) інвестиційного проекту визначається як величина, одержана шляхом дисконтування (при заздалегідь обраній нормі дисконту для кожного року) різниці між всіма річними відтоками та притоками реальних грошей, накопичуваних за термін економічного життя проекту — період, протягом якого інвестиційний проект генерує притік грошових коштів.

Припустимо, робиться прогноз, що інвестиція (*I*) буде генерувати протягом n років річні грошові потоки в розмірі CF_1, CF_2, .., CF_n. Загальну накопичену величину теперішньої вартості грошових потоків, які генеруються проектом (*PV*), і чисту теперішню вартість (*NPV*) розраховують за формулами:

$$PV = \sum_{t=0}^{t=n} \frac{CF(t)}{(I + r_t)^t}; \qquad (11.9)$$

$$NPV = PV - I. \qquad (11.10)$$

де *NPV* — чиста теперішня вартість;

CF(t) — річний чистий грошовий потік за проектом в роки t = 0, 1, 2, .., *n*;

r_t — ставка дисконтування у рік *t*;

PV — теперішня вартість грошових потоків, які генеруються проектом;

I — інвестиційні витрати (investment).

Якщо:

— $NPV < 0$, то у випадку прийняття проекту цінність компанії зменшиться, тобто власники компанії будуть мати збиток;

— $NPV = 0$, то у випадку прийняття проекту, цінність компанії не змінюється, тобто доходи її власників залишаться на колишньому рівні;

— $NPV > 0$, то у випадку прийняття проекту, цінність компанії, а отже, і доходи її власників збільшаться.

Приклад. Компанія розглядає питання вибору фірми для покупки обладнання, грошові надходження від експлуатації якого представлені таким чином: 1 рік — 3500 у.о., 2 рік — 3500 у.о., 3 рік — 4000 у.о., 5 рік — 7000 у.о. Вартість капітала— 40%. Яку максимальну суму могла би заплатити компанія за обладнання?

У даному випадку максимальна вартість обладнання дорівнюватиме теперішній вартості грошових потоків, які генеруються проектом:

$$I = PV = 3500/(1+0{,}4) + 3500/(1+0{,}4)^2 + 4000/(1+0{,}4)^3 + 5000/(1+0{,}4)^4 + + 7000/(1+0{,}4)^5 = 2500 + 1785{,}7 + 14577 + 1301{,}5 = 7045$$

Тобто максимальна вартість обладнання становитиме 7045 у.о.

Внутрішня норма рентабельності (IRR).

Норма дисконту, при якій дисконтована вартість надходження чистого грошового потоку дорівнює дисконтованій вартості інвестицій, тобто *NPV = 0*, називається внутрішньою нормою рентабельності (int rnal rate of return).

IRR є такою нормою дисконту, при якій всі одержані за проектом чисті прибутки, повністю капіталізуються (реінвестуються або спрямовуються на погашення зовнішньої заборгованості). Тобто:

$$IRR = r, \text{ при якій } NPV = f(r) = 0; \tag{11.11}$$

де r — ставка дисконтування;

NPV — чиста теперішня вартість.

Тоді при такому рівнянні формула (11.9) матиме вигляд:

$$\sum_{t=0}^{t=n} \frac{CF(t)}{(1+IRR)^t} - I = 0. \tag{11.12}$$

Значення *IRR* при аналізі ефективності планових інвестицій полягає у наступному: *IRR* показує очікувану доходність проекту і, отже, максимально допустимий відносний рівень витрат, що можуть бути асоційовані з даним проектом. Наприклад, якщо проект повністю фінансується за рахунок кредиту комерційного банку, тоді значення *IRR* показує верхню межу допустимого рівня банківської процентної ставки, перевищення якої робить інвестиційний проект збитковим.

Приклад. Розрахуємо внутрішню норму рентабельності наступних інвестиційних об'єктів: –50, 0, 0, 100.

$$100/(1+x)^3 - 50 = 0$$
$$(1+x)^3 = 100/50$$
$$1 + x = \sqrt[3]{2}$$
$$1 + x = 1{,}26$$
$$x = 0{,}26 \text{ або } 26\%$$

На практиці будь-яке підприємство фінансує свою діяльність, в тому числі інвестиційну, з різноманітних джерел. Як плату за користування фінансовими ресурсами, що є авансованими в його діяльність, воно сплачує проценти, дивіденди, винагороди тощо, іншими словами, несе деякі обгрунтовані витрати на підтримання свого економічного потенціалу.

Незалежно від того, з чим порівнюється *IRR*, очевидно, що проект приймається, якщо його *IRR* більше деякої граничної величини, тому

при інших рівних умовах, як правило, більше значення *IRR* вважається більше прийнятним. У розглянутому прикладі для фінансування проекту доцільно залучати кошти з вартістю менше 26%.

При наявності декількох альтернативних проектів, які характеризуються однаковою *NPV*, доцільно зосередити увагу на розмірі необхідних інвестицій. Для цього використовують метод індексу доходності (інша назва — метод коефіцієнта *NPV*).

Метод 2. — *Метод індексу доходності.*

Індекс доходності являє собою співвідношення між *NPV* і сумою інвестиційних витрат. Якщо інвестиції здійснюються у декілька прийомів, розподілених у часі, треба привести інвестиційні витрати до теперішньої вартості (для економічно вигідних проектів значення повинно перевищувати нуль або дорівнювати йому):

$$PI = \frac{NPV}{PVI}; \tag{11.13}$$

де *PI* — індекс доходності (profitability index);

NPV — чиста теперішня вартість;

PVI — теперішня вартість інвестицій (present value of investment).

Індекс доходності можна розглядати як дисконтовану норму прибутку.

Існує, також, інший засіб розрахунку даного показника, який розглядає його як співвідношення теперішньої вартості грошових надходжень за проектом і теперішньої вартості інвестицій (для економічно вигідних проектів значення повинно перевищувати одиницю або дорівнювати їй):

$$PI = \frac{PV}{PVI}; \tag{11.14}$$

де *PV* — теперішня вартість грошових надходжень за проектом (present value of cash inflows);

PI — індекс доходності (profitability index);

PVI — теперішня вартість інвестицій (present value of investment).

Метод індексу доходності усуває недоліки методу чистої теперішньої вартості, оскільки дозволяє визначити рівень прибутковості проекту. Тому доцільно використовувати ці два методи у комплексі.

При застосуванні методу індексу доходності слід пам’ятати про його недоліки: може давати неправильне ранжирування за перевагою навіть незалежних проектів; не застосовується для використання при виборі взаємовиключних проектів; не показує фактичну величину чистих вигод.

Основна перевага критерію індексу доходності — в можливості швидкого з'ясування його значень для оцінки впливу рівня ризику і невизначеності на результати проекту.

Приклад. У результаті здійснення інвестиційного проекту очікується отримання наступних доходів: в кінці першого року — 1200 у.о., в кінці другого року — 1600 у.о., в кінці третього року — 1000 у.о., в кінці четвертого року — 200 у.о., в кінці п'ятого — 2300 у.о. Вартість початкових інвестицій складає 1500 у.о., процентна ставка дорівнює 60%. Визначить чисту приведену вартість *NPV* і індекс доходності *PI.*

$$PV = 1200/(1 + 0{,}6) + 1600/(1 + 0{,}6)^2 + 1000/(1 + 0{,}6)^3 + \\ + 2000/(1 + 0{,}6)^4 + 2300/(1 + 0{,}6)^5 = 750 + 625 + 244{,}1 + 305{,}2 + 219{,}3 = \\ = 2143{,}6 \text{ у.о.}$$

$$NPV = 2143{,}6 - 1500 = 643{,}6 \text{ у.о.}$$

$$PI = 2143{,}6/1500 = 1{,}43$$

Висновок: проект реалізувати доцільно, оскільки NPV>0, PI>1.

Слід мати на увазі, що визначення періоду окупності повинно здійснюватись в комплексі з розрахунком показників прибутковості.

Наприклад (табл. 11.1) проект А, який генерує протягом лише одного року чистий потік грошових коштів у розмірі 3000 у. о., має менший період окупності, ніж проекти Б і В (при одноразовій інвестиції по всіх проектах у розмірі 3000 у. о.).

Висновки: Як видно з наведених даних, хоч проект А і найбільш прийнятний за періодом окупності (1 рік), чиста теперішня вартість проекту менша 0, тому він не може бути прийнятий. При окремому використанні методу періоду окупності був би прийнятий проект А, що є помилкою, оскільки він є збитковим. По кожному інвестиційному проекту складається матриця зі щорічними надходженнями та витратами за проектом, а потім визначається період окупності.

Таблиця 11.1

ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

(у. о.)

Проекти	Роки				Період окупності, (рік)
	0	1	2	3	
А	– 3 000	3 000	0	0	1
Б	– 3 000	1 500	1 500	5 000	2
В	– 3 000	0	3 000	5 000	2

Дисконтний метод.

Модифікацією традиційного методу періоду окупності є дисконтний метод. Його сутність полягає у визначенні моменту, коли дисконтовані грошові потоки, які генеруються проектом, зрівняються з дисконтованими потоками інвестиційних витрат (дисконтований період окупності — *DPP*).

Цей метод базується на концепції грошових потоків, отже його перевагою є урахування впливу фактора часу на ціну грошей, він є найбільш прийнятним, коли інвестування здійснюється у декілька етапів. Тому величина періоду окупності двох інвестиційних проектів, які мали однакове значення без урахування змін вартості грошей у часі, може мати різне значення при використанні дисконтного методу.

Очевидно, що у випадку дисконтування період окупності збільшується, тобто завжди $DPP > PP$. Іншими словами, проект, прийнятний за критерієм *PP*, може виявитися неприйнятним за критерієм *DPP*.

В оцінці проектів за критеріями *PP* і *DPP* слід дотримуватись вимог:

а) проект приймається, якщо він окупається;

б) проект приймається тільки в тому випадку, якщо період окупності не перевищує встановленого ліміту.

Застосування методу, заснованого на розрахунку періоду окупності затрат, є доцільним за таких умов:

— керівництво підприємства більш стурбоване рішенням проблеми ліквідності, а не прибутковості проекту — головне, щоб інвестиції окупилися якомога скоріше;

— інвестиції супроводжуються високим ступенем ризику, тому чим коротший термін окупності, тим менш ризикованим є проект;

— інвестиції здійснюються у галузі або види діяльності, яким притаманна імовірність достатньо швидких технологічних змін.

Таким чином, на відміну від показників *NPV, IRR* та *PI*, показник *PP (DPP)* дозволяє зробити висновки про ліквідність і ступінь ризику проекту. Поняття ліквідності проекту є спрощеним: вважається, що з двох проектів більш ліквідний той, в якого найменший період окупності.

Що стосується порівняльної оцінки ризику проектів за допомогою критерію *PP (DPP)*, то грошові надходження віддалених від початку реалізації проекту років важко прогнозуються, тобто більш ризикові у порівнянні з надходженнями перших років; тому з двох проектів менш ризиковий той, у якого менше період окупності.

Виходячи з викладеного, можна виділити наступні базові принципи оцінки ефективності реальних інвестицій:

- оцінка повернення капіталу, що інвестується, на основі показника грошового потоку (cash flow);
- обов'язкове приведення до теперішньої вартості як капіталу, що інвестується, так і сум надходжень грошових коштів;

• вибір диференційованої ставки відсотку (дисконтної ставки) в процесі дисконтування грошового потоку для різноманітних інвестиційних проектів;

• варіація форм ставки дисконтування залежно від мети оцінки.

Особливості застосування методів і моделей аналізу реальних інвестицій.

— Розширення масштабів діяльності без зміни технічного рівня:

Проекти, пов'язані з розширенням масштабів діяльності, як правило, передбачають встановлення поточних ліній, аналогічних діючим. У даному разі додатковий прибуток буде одержаний за рахунок збільшення обсягу виробництва продукції. При цьому слід враховувати обмеження, які стосуються рівня попиту на продукцію та обсягу споживчих ресурсів.

Окремою категорією в межах даного типу є інвестиційні проекти, пов'язані з диверсифікацією виробництва (вихід за межі галузі). Додатковий прибуток створюється за рахунок збільшення обсягів виробництва і виходу на ринок з кардинально новою продукцією, яка може бути реалізована за вищими цінами або попит на яку буде більшим. Безумовно, спочатку потрібно впевнитися, що цільовий ринок є недостатньо насиченим.

Для інвестиційних проектів, які передбачають розширення виробництва, доцільно використовувати ті самі методи оцінки ефективності, що і для нового будівництва.

— Реконструкція або технічне переозброєння:

У разі реконструкції або технічного переозброєння у структурі інвестиційних витрат переважають інвестиції в обладнання. Відповідно, рівень доходності подібних проектів, як правило, при інших рівних умовах, є вищим, оскільки витрати на будівельно-монтажні роботи значно нижчі.

На етапі попереднього відбору, як і в перших двох випадках, виявляють, чи дозволяє проект відшкодувати інвестиції протягом незначного періоду часу, чи забезпечує він достатній рівень прибутковості і чи характеризується високою рентабельністю (середньою фондовіддачею).

На етапі остаточної оцінки слід застосовувати методи дисконтування. Саме на результатах, одержаних за їх допомогою, повинен базуватися процес прийняття інвестиційних рішень.

— Заміна зношеного обладнання новим без зміни технічного рівня:

Інвестиційні проекти подібного типу на сьогоднішній день є найбільш розповсюдженими внаслідок нестачі у суб'єктів господарювання фінансових ресурсів для більш масштабних нововведень.

Оскільки ці проекти мають характер буденних для підприємства, при оцінці їх ефективності можна обмежитись такими методами, як ме-

тод простого періоду окупності; метод простої норми прибутку; метод середньої фондовіддачі.

Застосування більш складного методичного апарату в даному разі не виключається.

— Заходи локального характеру, не пов'язані з придбанням основних фондів:

Найбільш типові з них передбачають заміну використовуваних видів матеріально-сировинних та паливно-енергетичних ресурсів і заміну асортименту продукції (без створення нових її видів). Такі заходи, як правило, характеризуються швидкою окупністю. Для їх оцінки цілком достатніми є можливості методів простого періоду окупності та простої норми прибутку.

Застосування методів оцінки ефективності інвестицій до різних типів інвестиційних проектів наведено у табл. 11.2.

Таблиця 11.2

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ РІЗНИХ ТИПІВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Методи	Нове будівництво		Розширення виробництва		Рекон-струкція		Заміна обладнання	Заходи локального характеру
	Попередній відбір	Остаточна оцінка	Попередній відбір	Остаточна оцінка	Попередній відбір	Остаточна оцінка		
Метод *NPV*		+		+		+		
Метод *IRR*		+		+		+		
Метод *PI*		+		+		+		
Метод *DPP*		+		+		+		
Метод *PP*	+		+		+		+	+
Метод *RR*	+		+		+		+	+
Метод фондовіддачі			+		+		+	

Таким чином, перші три типи інвестиційних проектів передбачають значний розмір інвестицій. Тому оцінка їх ефективності здійснюється в два етапи і потребує використання всього методичного апарату. Оцінка ефективності останніх двох типів проектів не потребує настільки складної процедури і витончених методів.

11.3. Методика аналізу фінансових інвестицій підприємства

Аналіз фінансових інвестицій — один із методів фінансового менеджменту для ухвалення рішення про використання інвестиційних коштів. *Фінансові інвестиції* — активи, які утримуються підприємством з метою збільшення прибутку (відсотків, дивідендів тощо), зростання вартості капіталу або інших вигод для інвестора.

Метою аналізу фінансових інвестицій є обґрунтування інвестиційного рішення, яке має прийняти інвестор.

У процесі аналізу фінансових інвестицій вирішуються *наступні завдання:*

— виявлення економічної доцільності фінансової інвестиції — абсолютного перевищення результатів над вкладеними ресурсами;

— оцінка фінансових ризиків інвестування;

— пошук найбільш ефективної фінансової інвестиції серед альтернативних;

— формування найбільш ефективного портфеля фінансових інвестицій.

Сформувалися два основні напрями аналізу фінансових інвестицій.

1) Технічний аналіз, головним об'єктом спостереження якого є зміна руху ринку цінних паперів, попиту та пропозиції на певні фінансові активи без урахування ролі фундаментальних чинників. На основі побудови спеціальних моделей руху ринкових цін виявляють загальні тенденції ринку, на підставі яких приймають конкретні тактичні інвестиційні рішення щодо купівлі та продажу цінних паперів.

2) Фундаментальний аналіз, який ґрунтується на оцінці стану емітента на ринку, показників обсягів продажу, активів і пасивів, дохідності та іншої інформації, яка характеризує ефективність діяльності емітента. Важливою складовою аналізу є також оцінка стану корпоративного управління. Результатом фундаментального аналізу є визначення фактичної (ринкової ціни) цінного папера порівняно з обліковою вартістю активів. За допомогою фундаментального аналізу здійснюють прогнозування доходу, який визначає майбутню вартість акцій і впливатиме на ринкову ціну. Дані прогнозу є підґрунтям для рекомендацій стосовно купівлі та продажу ринкових інструментів.

Важливим фактором розбудови цивілізованого фондового ринку є інформаційна відкритість та прозорість. В Україні емітенти цінних паперів мають надавати Державній комісії з цінних паперів та фондового ринку та оприлюднювати фінансову звітність, а також особливу інформацію — про зміни в господарській діяльності, що відбулися і впливають на вартість цінних паперів чи розмір доходу по них. Основними засадами розкриття інформації є: безоплатність розміщення в загальнодоступній базі Комісії з використанням технологій Інтернету; впро-

вадження в звітності стандартів розкриття інформації Міжнародної організації комісій з цінних паперів; поступове впровадження Міжнародних стандартів фінансової звітності.

В Україні поступово формується рейтингова інфраструктура фондового ринку. Із практичної точки зору існує обмежений перелік консультативних структур, найбільш відомою з яких є компанія «Кредит-рейтинг» — перше в Україні (з 2001 р.) спеціалізоване рейтингове агентство, яке надає послуги в області незалежної оцінки кредитоспроможності суб'єктів запозичень з привласненням кредитних рейтингів за українською національною шкалою**.** З 2004 р. «Кредит-Рейтинг» є уповноваженим агентством Державної комісії з цінних паперів і фондового ринку України для привласнення кредитних рейтингів фінансових інструментів, корпоративного управління тощо.

11.4. МЕТОДИКА ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Методичне забезпечення, поряд з організаційним і інформаційним, являє собою один з найважливіших елементів системи оцінки інвестиційної привабливості підприємств.

Реалізація поставленої мети можлива шляхом реалізації етапів (рис. 11.3):

1) визначення ступеня інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання;

Рис. 11.3. Етапи аналітичних робіт з оцінки інвестиційної привабливості підприємства (ІПП)

2) розподіл підприємств, що беруть участь у порівняльній оцінці інвестиційної привабливості, за ступенем їхньої інвестиційної привабливості, визначення класу інвестиційної привабливості та побудова рейтингу;

3) оцінка впливу на діяльність підприємства зовнішнього середовища і оцінка ступеня віддачі підприємства у зовнішнє середовище;

4) прогнозування інвестиційної привабливості підприємства.

Орієнтуючись на мету і завдання оцінки інвестиційної привабливості підприємств, можна виділити такі завдання оцінки:

1) збирання інформації, необхідної для проведення оцінки інвестиційної привабливості;

2) оцінка фінансового стану об'єкта дослідження та визначення класу інвестиційної привабливості;

3) розрахунок узагальнюючого (рейтингового) показника оцінки інвестиційної привабливості підприємства;

4) експрес-оцінка інвестиційної привабливості сукупності підприємств;

5) розподіл об'єктів дослідження за ступенем інвестиційної привабливості (формування рейтингу інвестиційної привабливості підприємства);

6) оцінка впливу на діяльність підприємства зовнішнього середовища і оцінка віддачі підприємства у зовнішнє середовище;

7) прогнозування інвестиційної привабливості підприємства;

8) складання акту-звіту за результатами проведеної оцінки інвестиційної привабливості.

Проблемним моментом при оцінці інвестиційної привабливості господарюючого суб'єкта є побудова послідовного набору даних і вибір системи показників, які могли б найбільш ефективно використовуватися для аналізу фінансово-майнового стану підприємства. Проте, аналіз фінансової звітності, до якої відносять, у першу чергу, баланс і звіт про фінансові результати, дозволяє визначити певну незбалансованість щодо руху коштів підприємства, позитивні й негативні тенденції. Слід зазначити, що такий аналіз не дає підстави для категоричних висновків й може тільки зорієнтувати користувача інформації в оцінці фінансово-майнового стану підприємства й у визначенні його вузьких місць.

Відповідно до діючої методики можна виділити основні напрями аналізу фінансового стану підприємства (рис. 11.4).

Інформація, представлена на рис. 11.4, будучи синтезом наявних напрямів аналізу фінансового стану, можливих для використання при проведенні оцінки інвестиційної привабливості, дозволяє дійти висновку, що ефективність інвестування визначається тим, наскільки швидко вкладені кошти обертаються в процесі діяльності підприємства.

З інформації, представленої у табл. 11.3, зрозуміло, що для аналізу фінансово-майнового стану підприємства можна використовувати різні

методи залежно від мети. Це, у свою чергу, створює можливість галузевого порівняння підприємств і ефективного використання методів фінансового управління підприємством, що пов'язане з уніфікацією системи коефіцієнтів.

Рис. 11.4. Основні напрями фінансового аналізу підприємства, використовувані при оцінці інвестиційної привабливості

Отже, існує шість основних напрямів аналізу фінансового стану підприємства, які можна використовувати під час проведення оцінки інвестиційної привабливості підприємств (табл. 11.3). Ці напрями стосуються безпосередньо аналітичних процедур і не зачіпають таких важливих напрямів, як загальна характеристика підприємства й кінцевий (результативний) етапи.

Виходить, що уніфікація фінансового аналізу необхідна для виходу вітчизняних підприємств на зовнішній ринок, залучення іноземних інвесторів, одержання кредитів у закордонних банках.

Модель методики аналізу й, зокрема оцінки інвестиційної привабливості, дозволяє виділити основні інформаційні, технологічні, організаційні зв'язки, розробити варіанти оптимального напрямку аналізу й експертної оцінки.

Таблиця 11.3

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ НАПРЯМКІВ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМСТВА, ВИКОРИСТОВУВАНІ ПРИ ОЦІНЦІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Етапи	Назва етапу	Характеристика етапу
1	Загальна характеристика підприємства.	Досліджується фінансово — господарська й облікова політика підприємства.
2	Аналіз майнового стану об'єкту інвестування.	Надає комплексну оцінку майнового стану підприємства.
3	Оцінка фінансової стабільності підприємства.	Розраховуються показники фінансового стану. Ідентифікується тип фінансової стабільності.
4	Аналіз ліквідності об'єкту інвестування.	Визначається склад і динаміка ліквідних активів і короткострокових зобов'язань. Розраховуються показники ліквідності.
5	Оцінка прибутковості підприємства.	Розраховуються показники прибутковості (рентабельності) об'єкта інвестування.
6	Аналіз ділової активності підприємства.	Розраховуються основні показники ділової активності підприємств. Аналізується їх взаємозв'язок.
7	Оцінка ринкової активності підприємства.	Показують ступінь ринкової активності об'єкта інвестування.
8	Заключний.	Узагальнюються результати оцінки фінансового стану підприємства. Визначається рейтинг ІП.

Оцінку інвестиційної привабливості підприємств із урахуванням поставлених цілей і завдань доцільно проводити в три етапи — рис. 11.5.

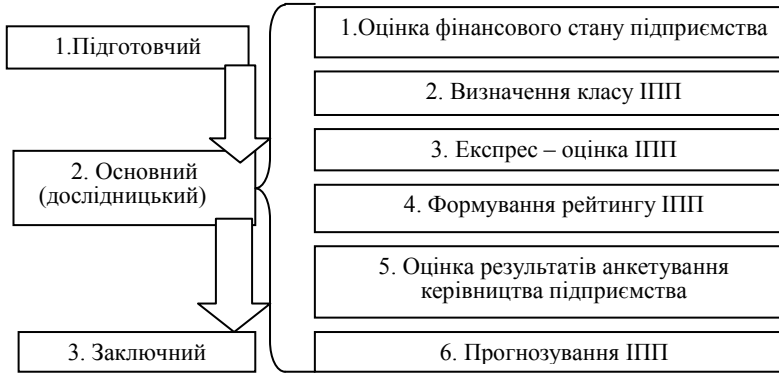

Рис. 11.5. Послідовність етапів проведення оцінки інвестиційної привабливості підприємства

Представлена на рис. 11.5 послідовність проведення оцінки інвестиційної привабливості підприємств, крім дотримання принципу системності, відповідає принципу комплексності й дозволяє: комплексно вивчити об'єкт оцінки; дотримуватися чіткої логічної послідовності проведення оцінки інвестиційної привабливості; дотримуватися взаємозв'язку між метою й завданнями оцінки й методикою його проведення; у повному обсязі використовувати інформаційне й організаційне забезпечення; представити максимально достовірну й об'єктивну інформацію з результатів оцінки.

Взаємозв'язок виділених етапів оцінки інвестиційної привабливості підприємства з метою й змістом робіт на кожному етапі розглянуто у табл. 11.4.

Таблиця 11.4

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЕТАПІВ АНАЛІЗУ З МЕТОЮ І ЗМІСТОМ РОБІТ

№	Етапи	Ціль етапу	Зміст робіт
1	Підготовчий	Підготовка до проведення оцінки ІПП.	Одержання заявки на проведення оцінки ІПП;Укладання договорів з підприємствами на надання інформації;Збір необхідної інформації.
2	Основний (дослідницький	Проведення оцінки ІПП 2.1 Формування загального рейтингу підприємств (за основними показниками діяльності).	Дає загальну уяву про сукупність підприємств, що надали звітність для проведення оцінки ІПП. Рейтинг формується залежно від цілей аналізу за наступними показниками основної діяльності підприємства: обсяг реалізації; склад основних засобів; власні оборотні кошти; коефіцієнти ліквідності та ін. Публікується у засобах масової інформації.
		2.2 Оцінка ІПП.	Поглиблений аналіз фінансового стану підприємства і визначення класу інвестиційної привабливості суб'єкту господарювання. І етап — обчислення значень основних (об'єктивних) показників, які характеризують фінансовий стан підприємства. ІІ етап — оцінка і узагальнення основних показників і визначення класу інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання. Побудова рейтингу ІПП.
		2.3 Експрес оцінка ІПП.	Експрес-оцінка ІПП базується на показниках поглибленого аналізу. Із сукупності обертаються показники, що детально характеризують фінансовий стан підприємства. Експрес-оцінка ІПП є інструментом порівняльного інвестиційного аналізу і необхідна для побудови рейтингу ІП.

Закінчення табл. 11.4

№	Етапи	Ціль етапу	Зміст робіт
		2.4 Оцінка сприятливого зовнішнього середовища для діяльності підприємств.	Використовується при оцінці факторів суб'єктивного характеру. На підставі анкетування підприємства дає можливість оцінити наскільки сприятливе зовнішнє середовище для діяльності підприємства.
		2.5 Оцінка віддачі підприємств у зовнішнє середовище.	На підставі анкетування підприємства дає можливість оцінити віддачу підприємства у зовнішнє середовище.
		2.6 Прогнозування ІП.	Використовуються дані попередніх етапів аналітичних процедур.
3	Заключний	3.1 Угруповання і систематизація отриманих результатів.	Узагальнююча оцінка поточного положення справ про оцінці ІПП. Розробка необхідних рекомендацій.
		3.2 Інформування користувачів про результати оцінки ІПП.	Складання акту-звіту результатів оцінки ІПП; Надання результатів оцінки користувачам інформації, публікація рейтингу.

Мета оцінки інвестиційної привабливості підприємства визначає зміст кожного її етапу. Якщо глобальна мета оцінки інвестиційної привабливості підприємства — залучення інвестицій (вкладення інвестицій), то досягненню цієї мети сприяє рішення представлених у таблиці завдань.

Оцінка інвестиційної привабливості підприємств передбачає аналіз їхньої операційної діяльності за такими даними: обсяг реалізації; склад основних засобів; власні оборотні кошти; коефіцієнти ліквідності; рентабельність (прибутковість); продуктивність праці; показники оборотності; акції підприємства.

Також повинні враховуватися фактори суб'єктивного характеру: ефективність управління суб'єкта господарювання; ринкова позиція позичальника і його залежність від циклічних і структурних змін в економіці й у галузі; професіоналізм керівництва; склад засновників тощо.

Оскільки нами проводиться зовнішній аналіз, то складним є розрахунок впливу факторів суб'єктивного характеру. У цьому зв'язку необхідно використовувати анкети тестування бізнесу суб'єкта господарювання.

Оцінка інвестиційної привабливості підприємства передбачає аналіз його операційної діяльності за групами, передбаченими методикою інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій.

Оцінку інвестиційної привабливості підприємства пропонується виконувати у три етапи:

І етап — обчислення значень основних (об'єктивних) показників, які характеризують фінансовий стан суб'єкта господарювання:

— оцінки майнового стану об'єкта інвестування;

— оцінки фінансової стійкості (платоспроможності) інвестованого об'єкта;

— оцінки ліквідності об'єкта інвестування;

— оцінки прибутковості об'єкта інвестування;

— оцінки ділової активності;

— оцінки ринкової активності інвестованого об'єкта.

ІІ етап передбачає таку послідовність робіт:

— оцінка й узагальнення основних показників,

— коректування значень оцінки основних показників на додаткові (суб'єктивні) показники;

— розрахунок узагальнюючого показника на підставі експертної бальної оцінки;

— визначення класу інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання:

«Граничний рівень» (клас А);

«Дуже високий рівень»(клас Б);

«Високий рівень» (клас В);

«Середній рівень» (клас Г);

«Незначний рівень» (клас Д).

ІІІ етап — побудова рейтингу інвестиційної привабливості.

11.5. Прогнозування інвестиційної привабливості підприємства

У табл. 11.5 систематизовані основні індикатори інвестиційної привабливості, які характеризують макро- й мікрорівні. Інвестиційна привабливість підприємства тісно пов'язана з інвестиційною привабливістю країни, галузі й регіону в цілому. У зв'язку з цим вважаємо доцільним оцінити, наскільки є сприятливим зовнішнє середовище для функціонування підприємств.

У сучасний період існує методика оцінки сприятливого зовнішнього економічного середовища для діяльності підприємств. Завдання такої

оцінки полягає в тому, щоб, по-перше, запропонувати регіональним і муніципальним органам спосіб, що допомагає цілеспрямовано управляти станом підприємницького клімату в регіоні й, по-друге, дати підприємствам інструмент для аналізу своїх взаємин з регіональною сферою управління. Вона проводиться експертним шляхом за допомогою анкетування. Такий підхід дозволяє безпосередньо керівництву підприємств оцінити ступінь ефективності зовнішнього середовища для функціонування підприємства.

Оцінка проводиться в розрізі таких секторів зовнішнього середовища: податкового, соціально-культурного, фінансово-кредитного, державно-правового, інвестиційного, інформаційного, ресурсного за одинадцятьма критеріями. Оцінка критеріїв визначених у табл. 11.5 проводиться за шкалою з трьома градаціями:

2 бали — викликає збільшення обсягу реалізації;

1 бал — не впливає на обсяг реалізації;

0 балів — викликає зменшення обсягу реалізації.

Таблиця 11.5

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ФАКТОРІВ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ІНДИКАТОРІВ, ЩО ХАРАКТЕРИЗУЮТЬ ІІПІ

№	Фактори, що характеризують ІІПІ	Індикатори ІІПІ
І. Інвестиційна привабливість країни		
1	1.Політико-правове середовище	Політична стабільність суспільства, наявність і стабільність нормативної бази, гарантія рівності форм власності та інвестицій, правова захищеність інвестора
	2.Економічне середовище	Стабільність національної валюти, темпи росту інфляції, режим оподатковування, режим валютного регулювання, стан фондового ринку й фінансово-кредитної системи, ємність і платоспроможність внутрішнього ринку.
	3. Ресурси та інфраструктура. Соціально — культурне середовище. Екологія.	Наявність ресурсів, розвиток соціально — культурного середовища, екологічна обстановка у країні.
ІІ. Інвестиційна привабливість галузі		
2	1. Ринкові	Розмір ринку, темп ринкового росту, потенціал ринку, циклічність попиту, еластичність цін, прибутковість, диференціація продукту.
	2. Конкурентні	Наявність вільної конкуренції, конкурентоспроможність продукції.

Продовження табл. 11.5

№	Фактори, що характеризують ІПП	Індикатори ІПП
	3. Бар'єри вкладення у галузь	Пошук капіталомістких галузей, наявність каналів розподілу та доступ до них, доступ до сировинних ресурсів, захищеність із боку держави.
	4. Бар'єри виходу із галузі	Аналіз існуючих обмежень державного та соціального порядку, спеціалізація активів, конверсія.
	5. Взаємини з постачальниками	Своєчасність розрахунків.
	6. Технологічні	Оцінка існуючих технологій галузі.
	7. Соціальні.	Розвиток соціально-культурного середовища галузі.
ІІІ. Інвестиційна привабливість регіону		
3	1. Рівень економічного розвитку регіону	Питома вага регіону у ВВП і національному доході, рівень самозабезпечення регіону основними продуктами харчування, середній рівень заробітної плати, число підприємств, питома вага збиткових підприємств.
	2. Спеціалізація регіону у народному господарстві країни	Основна спрямованість виробничої сфери: енергетична, сировинна, сільськогосподарська тощо.
	3. Рівень розвитку інвестиційної інфраструктури	Число підрядних будівельних компаній, обсяг місцевого виробництва основних будівельних матеріалів, щільність залізничних колій повідомлення та автомобільних доріг.
	4. Демографічна характеристика	Питома вага населення регіону у загальній чисельності жителів країни, співвідношення міського та сільського населення, рівень кваліфікації працівників.
	5. Рівень розвитку ринкових відносин і комерційної інфраструктури	Питома вага приватизованих підприємств у загальній їх кількості, чисельність підприємств із іноземними інвестиціями; банківських установ; страхових компаній.
	6. Наявність особливого інвестиційного статусу	Наявність у регіоні В.Е.З та територій пріоритетного розвитку (ТПР), ступінь освоєння даних режимів.
	7. Рівень криміногенних, екологічних та ін. ризиків	Оцінка криміногенної обстановки в галузі, екологічна обстановка регіону.

Закінчення табл. 11.5

№	Фактори, що характеризують ІПП	Індикатори ІПП
IV. Економічна характеристика підприємства		
Обсяг реалізації, валовий прибуток, чистий прибуток, основні засоби, товарні запаси, чисельність.		
V. Фінансовий стан підприємства		
Оцінка основної діяльності об'єкта дослідження, прибутковість підприємства, потенціал підприємства (виробничий, торговельний і ін.).		
VI. Якість управління діяльністю підприємства		
Оцінка факторів впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства, економічна стабільність діяльності підприємства, фінансовий стан підприємства.		

При позитивній оцінці всієї сукупності критеріїв максимальна кількість балів складе — 130 балів (65 критеріїв * на 2).

Для аналітичної оцінки представленої сукупності використовують *коефіцієнт оцінки сприятливого зовнішнього середовища для діяльності підприємств (*$К_{осзс}$):

$$К_{осзс} = \frac{\sum Б_а}{\sum Б_м}; \qquad (11.15)$$

де $К_{осзс}$ — коефіцієнт оцінки сприятливого зовнішнього середовища для діяльності підприємств;

Ба — сума балів, набрана підприємством у процесі анкетування;

Бм — максимальна кількість балів, що може набрати підприємство при оцінці.

Оптимальне значення коефіцієнта є 1 (або 100%). Ріст даного показника в динаміці буде свідчити про підвищення ефективності зовнішнього середовища для функціонування підприємства й збільшення його інвестиційної привабливості.

Крім оцінки ефективності зовнішнього середовища для функціонування підприємства в табл. 11.5, пропонуються критерії оцінки віддачі підприємства в зовнішнє середовище. Обрано дев'ять основних груп показників, які характеризують різни середовища: економічне, ринкове, податкове, фінансово-кредитне, соціально-культурне, державно-правове,

інвестиційне, інформаційне, ресурсне, екологічне. Оцінка критеріїв в анкеті проводиться за шкалою із трьома градаціями:

2 бали — сприятливий вплив;

1 бал — несприятливий вплив;

0 балів — відсутність впливу.

При позитивній оцінці всієї сукупності критеріїв максимальна кількість балів складе 48 (24 критерії * на 2). Для аналітичної оцінки представленої сукупності використовують *коефіцієнт оцінки віддачі від підприємства в зовнішнє середовище* ($К_{ов}$):

$$К_{ов} = \frac{\sum Б_а}{\sum Б_м}; \qquad (11.16)$$

де $К_{ов}$ — коефіцієнт оцінки віддачі від підприємства в зовнішнє середовище;

Ба — сума балів, набрана підприємством у процесі анкетування;

Бм — максимальна кількість балів, що може набрати підприємство при оцінці.

Оптимальне значення показника визначимо як 1.

На підставі даних коефіцієнтів можна надалі спрогнозувати тенденції росту інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання на найближчу перспективу.

Наукові дослідження в теорії прогнозування дозволяють визначити прогнозування як спеціальне наукове дослідження, предметом якого виступають перспективи розвитку явищ. Основна відмінність прогнозування від перспективного планування сформульована у його меті. Якщо метою прогнозування є пророкування основних напрямів і тенденцій розвитку, то метою перспективного планування виступає розробка конкретних заходів щодо досягнення вже сформованих цілей діяльності підприємства.

Сутність *економічного прогнозування* з позицій ймовірнісно-статистичного підходу полягає в зменшенні ступеня невизначеності майбутнього шляхом обмеження області можливих станів системи або об'єкта. Основним критерієм диференціації прогнозів є проблемно-цільовий критерій. При цьому виділяють два види прогнозу:

пошуковий прогноз — визначення можливих станів об'єкта в майбутньому;

нормативний прогноз — визначення шляхів і строків досягнення можливих станів явища, прийнятих за мету. Мається на увазі прогнозування досягнення бажаних станів на основі заздалегідь заданих норм, ідеалів, стимулів, цілей.

Метою прогнозування є одержання інформації про майбутній стан досліджуваного об'єкта (у нашому прикладі — це оцінка перспективної інвестиційної привабливості господарюючих суб'єктів).

Об'єктом прогнозування є фінансовий стан аналізованих підприємств, виражений через коефіцієнти взаємодії підприємства зі зовнішнім середовищем.

Якщо значення показників *коефіцієнту оцінки віддачі від підприємства у зовнішнє середовище* і *коефіцієнта оцінки сприятливого зовнішнього середовища для діяльності підприємства* дорівнюють, це означає, що підприємство одержує із зовнішнього середовища рівно стільки, скільки й віддає. Різниця між даними коефіцієнтами буде означати перспективні напрями розвитку бізнесу досліджуваних суб'єктів господарської діяльності.

Контрольні питання до теми

1. Дайте визначення інвестиціям та інвестиційної діяльності підприємства.
2. Що є основою організації процесу аналізу інвестиційної діяльності підприємства?
3. Хто є суб'єктами організації процесу аналізу інвестиційної діяльності підприємства?
4. Назвіть основні етапи процесу організації аналізу інвестиційної діяльності підприємства?
5. Основна мета аналізу інвестиційної діяльності підприємства
6. Визначите основні завдання інвестиційної діяльності підприємства?
7. Укажіть основні прийоми і засоби, що використовуються при аналізі інвестиційної діяльності підприємства?
8. Назвіть основні види аналізу інвестиційної діяльності підприємства.
9. Дайте характеристику інформаційного забезпечення аналізу інвестиційної діяльності підприємства?
10. Назвіть основні методи аналізу і оцінки реальних інвестицій.
11. Назвіть та охарактеризуйте методи, засновані на облікових оцінках.
12. Назвіть та охарактеризуйте методи, засновані на дисконтованих оцінках.
13. У чому полягають особливості застосування методів і моделей аналізу реальних інвестицій?
14. Яку мету має аналіз фінансових інвестицій?
15. Що таке технічний аналіз фінансового ринку?
16. Що таке фундаментальний аналіз фінансового ринку?
17. Вкажіть основні етапи аналізу інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання?
18. Назвіть основні напрями аналізу фінансового стану підприємства при проведенні оцінки інвестиційної привабливості.

19. Вкажіть послідовність етапів проведення оцінки інвестиційної привабливості підприємства?
20. Назвіть основні показники, що використовуються для прогнозування інвестиційної привабливості підприємства.

Тестові завдання

1. Організація процесу аналізу інвестиційної діяльності підприємства це:
А) сукупність дій, які застосовуються суб'єктом до об'єкта дослідження для досягнення сформованої мети;
Б) процедури аналізу (виміру) фактичного стану об'єктів;
В) процес порівняння результатів аналізу із встановленими законодавчими актами;
Г) процес проведення аналізу фінансового стану підприємства.

2. Сукупним об'єктом аналізу інвестиційної діяльності підприємства є:
А) фінансова діяльність підприємства;
Б) маркетингові дослідження підприємства;
В) основна діяльність підприємства;
Г) фінансовий стан підприємства.

3. Методи, використовувані в аналізі інвестиційної діяльності, можна підрозділити на:
А) три групи;
Б) дві групи;
В) п'ять груп;
Г) дев'ять груп.

4. Період часу, необхідний для повернення вкладених коштів це:
А) термін дії інвестиційного проекту;
Б) строк закінчення кредитного договору;
В) строк виплати відсотків за використання інвестицій;
Г) строк окупності інвестицій;

5. Середня фондовіддача проекту розраховується співвідношенням:
А) чистого прибутку до середньої залишкової вартості основних засобів, придбаних за рахунок інвестованих грошових коштів;
Б) адміністративних витрат до середньої залишкової вартості основних засобів, придбаних за рахунок інвестованих грошових коштів;
В) чистого прибутку до середньої залишкової вартості основних засобів, придбаних за рахунок банківських кредитів;
Г) чистого прибутку до середньої залишкової вартості усіх необоротних активів, придбаних за рахунок інвестованих грошових коштів.

6. Дисконтування це:
А) номінальна вартість майбутнього потоку реальних грошей;
Б) генерований грошовий потік;
В) процедура приведення різночасових платежів до базової дати;
Г) період, протягом якого інвестиційний проект генерує притік грошових коштів.

7. Норма дисконту, при якій дисконтована вартість надходження чистого грошового потоку дорівнює дисконтованій вартості інвестицій це:
А) чиста теперішня вартість (NPV);
Б) внутрішня норма рентабельності (IRR);
В) індекс доходності (PI);
Г) теперішня вартість інвестицій (PVI).

8. Основні етапи проведення оцінки інвестиційної привабливості підприємства:
А) підготовчий, основний, заключний;
Б) організаційний, інформаційний;
В) підготовчий, методичний, дослідницький;
Г) організаційний, фінансовий, інвестиційний.

Практичні завдання

Задача 11.1
Інвестиційні витрати складають 65000 тис. грн. Загальний строк використання інвестиційного проекту 6 років. Норма прибутку 18 %. Інформація про грошові доходи наведена в таблиці. Визначити індекс дохідності. Зробити висновки.

Грошові потоки	Роки отримання доходу						Разом
	1	2	3	4	5	6	
Грошові доходи, (тис. грн.)	13000	14000	14000	15000	17000	17000	90000
Коефіцієнти дисконтування							
Дисконтовані грошові доходи, (тис.грн.)							

Задача 11.2
Вартість основних засобів склала 48000 тис. грн., термін використання — 8 р., амортизаційні відрахування складають 8000 тис. грн.

Планований щорічний дохід — 15000 тис. грн., щорічний прибуток — 8000 тис. грн., залишкова вартість вкладень — 18000 тис. грн.
Визначити норму прибутку на капітал. Зробити висновок.

Задача 11.3
Підприємство планує купити нові потужності на суму 70000 тис. грн. Експлуатаційні витрати оцінені в сумі 8000 тис. грн. на рік. Економія на оплату праці складає 17000 тис. грн. Термін використання — 9 літ. Обладнання може бути реалізовано за 12000 тис. грн. Визначити чисту вартість проекту.

Задача 11.4
Підприємство збирається придбати нове обладнання. Капітальні вкладення дорівнюють 25 тис. грн., очікуваний дохід підприємства буде на рік 8 тис. грн. Термін окупності 7 р. Прибуток підприємства на рік складає 2 тис. грн., амортизаційні відрахування 1,2 тис. грн. Ставка податку на прибуток 25%. Необхідно визначити термін окупності обладнання?

Задача 11.5
Підприємство планує придбати обладнання за 30000 тис. грн. Експлуатаційні витрати на рік склали 5000 тис. грн. Економія з оплати праці –7000 тис. грн. на рік. Термін експлуатації 6 років. Обладнання може бути реалізовано за 5000 тис. грн. Норма прибутку — 15% на рік. Визначити чисту приведену вартість з урахуванням коефіцієнту дисконтування?

Література

[2, 3, 9, 10, 13, 20, 28, 32— 40, 43, 44, 49, 50, 53, 58, 61, 63, 65, 71, 73, 76, 79, 83 — 88, 90 — 98, 102 — 105, 117, 124, 129].

Тема 12

—♦—

СИСТЕМИ АНАЛІТИЧНОГО ВИМІРЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ БІЗНЕСУ ТА МЕТОДИ ПОБУДОВИ РЕЙТИНГОВИХ ОЦІНОК

12.1. Значення, мета, задачі та інформаційне забезпечення аналізу результативності бізнесу
12.2. Система відносних показників, які характеризують результативність бізнесу
12.3. Аналіз впливу факторів на відносні показники результативності бізнесу
12.4. Аналіз рентабельності підприємства з використанням моделі Дюпона
12.4. Сутність та види рейтингових оцінок
12.5. Рейтингова оцінка інвестиційної привабливості підприємства

12.1. Значення, мета, задачі та інформаційне забезпечення аналізу результативності бізнесу

Бізнес в найбільш загальному сенсі — це діяльність, спрямована на отримання прибутку. Власник бізнесу, що має в ньому «первісний» інтерес, інвестуючи в нього ресурси, очікує отримати їх через деякий час з певною віддачею. В найбільш загальному вигляді бізнес виступає як «чорний ящик», який, поглинаючи певний обсяг ресурсів на вході (в грошовій оцінці), випускає на виході продукт, який в грошовому виразі перевершує вкладені кошти на певну величину. Остання і є результативністю бізнесу — прибутком, який дістається власнику.

Прибуток є найважливішим якісним показником ефективності діяльності підприємства і являє собою форму прибавочного продукту в умовах товарно-грошових відносин. Саме прибуток в умовах ринкових відносин складає основу економічного розвитку підприємства, забезпечуючи його життєздатність. Він виступає не тільки основним джерелом фінансування діяльності підприємств, але і найважливішою основою формування доходів державного і місцевого бюджетів. Відповідно до П(С)БО 3 — *прибуток* — це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати.

З усього спектра перерахованих задач випливає, що однією з *основних задач аналізу результативності бізнесу* є оцінка основної діяльності з погляду максимізації прибутку і виявлення резервів його росту протягом поточного часу або в перспективі.

Детальний розгляд прибутку підприємства, його значення, мети та задач аналізу, був проведений у § 8.3.

Вирішення задач аналізу результативності бізнесу залежить багато в чому від якісного інформаційного забезпечення. Воно містить у собі планову, нормативно-довідкову і фактографічну інформацію.

Планова інформація про фінансові результати в розрізі всіх складових міститься в бізнес-плані підприємства.

Формування прибутку від усіх видів діяльності підприємства відображається у формі № 2 «Звіт про фінансові результати». Крім того, у процесі аналізу використовуються дані бухгалтерського обліку: регістри по рахунках класу 7 «Прибутки від реалізації», «Фінансові результати», класу 4 «Прибутку і збитки нерозподілені», класу 9 «Витрати на збут» і ін., первинні документи.

Форма і зміст звіту про фінансові результати визначений П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати». Він є аналогом звіту про прибутки і збитки відповідно до МСБО.

12.2. Система відносних показників, які характеризують результативність бізнесу

Для оцінки результативності бізнесу використовують систему абсолютних та відносних показників. До абсолютних показників відносяться показники прибутку, до відносних — показники рентабельності.

Рентабельність є однією з базових економічних категорій економіки. Безпосередньо термін «рентабельність» не визиває різних тлумачень, оскільки під ним розуміється відношення, в чисельнику якого завжди фігурує прибуток. У найширшому, найзагальнішому понятті рентабельність означає прибутковість або доходність виробництва і реалізації всієї продукції (робіт, послуг) чи окремих її видів; доходність підприємств, організацій, установ у цілому як суб'єктів господарської діяльності; прибутковість різних галузей економіки.

Рентабельність безпосередньо зв'язана з отриманням прибутку. Однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку. *Рентабельність* — це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється у коефіцієнтах або відсотках. Показники рентабельності являються відносними характеристиками фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства. У порівнянні з абсолютними показниками прибутку, показникам рентабельності властиві наступні *переваги*:

— вони мають більш широкі можливості порівняння: співставлення абсолютних показників прибутку підприємств з різними обсягами діяльності, кількістю персоналу, тощо не дає можливості проводити об'єктивну оцінку;

— ці показники меншою мірою знаходяться під впливом інфляційних процесів.

Різні варіанти рішень, що приймаються для визначення прибутку, поточних витрат, авансованої вартості, для розрахунку рентабельності зумовлюють наявність значної кількості показників рентабельності.

Показники рентабельності характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності (операційної, фінансової, інвестиційної); вони більш повно, чим прибуток, характеризують узагальнюючі результати господарювання.

Рентабельність є показником, що комплексно характеризує ефективність діяльності підприємства. На його підставі можна оцінити ефективність управління підприємством, оскільки отримання високого прибутку і достатнього рівня прибутковості багато в чому залежить від правильності і оперативності управлінських рішень, які приймаються. Тому рентабельність можна розглядати як один із критеріїв якості управління суб'єктом господарювання.

По значенню рівня рентабельності можна оцінити довгострокове благополуччя підприємства, тобто здатність підприємства одержувати достатній прибуток на здійснені інвестиції. Для власників капіталу підприємства даний показник є більш привабливим індикатором, ніж показники фінансової стійкості і ліквідності, які визначаються на основі співвідношення окремих статей балансу.

У зв'язку з тим, що показники рентабельності визначають зв'язок між сумою прибутку та величиною вкладеного капіталу, вони можуть бути використані в процесі прогнозування прибутку підприємства. Оцінка передбачуваного прибутку базується на рівні прибутковості за попередні періоди з урахуванням прогнозованих змін.

Крім того, велике значення рентабельність має для ухвалення рішень у області інвестування, планування, при складанні кошторисів, координуванні, оцінці і контролі діяльності підприємства.

Для *розрахунку рентабельності* можуть використовуватися різні види прибутку підприємства: валовий прибуток; прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), тобто від операційної діяльності; прибуток від інших видів діяльності (фінансової, інвестиційної); чистий прибуток. При цьому прибуток зіставляється з авансованою вартістю, яку можна брати в різних варіантах (весь капітал підприємства, власний капітал, позиковий капітал, основний капітал, оборотний капіталі).

Показники рентабельності є важливими характеристиками факторного середовища формування прибутку (та доходу) підприємства. З цієї причини вони є обов'язковими елементами порівняного аналізу та оцінки фінансового стану підприємства.

Показники рентабельності можна поєднати у декілька груп, які:

— базуються на витратному підході (рентабельність продукції, рентабельність діяльності);

— характеризують прибутковість продажу (рентабельність продажу);

— основані на ресурсному підході (рентабельність сукупних активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність оборотного капіталу).

До *основних показників рентабельності* відносяться:

- рентабельність продажу;
- рентабельність активів;
- рентабельність поточних активів;
- рентабельність власного (акціонерного) капіталу.

1. Рентабельність продажу (*ROS*) визначається як відношення чистого прибутку (*ЧП*) до доходу від реалізації без податків, які включаються в ціну продукції (*ДР*):

$$ROS = \frac{ЧП}{ДР} \cdot 100\% . \qquad (12.1)$$

Рентабельність продажу характеризує доходність операційної діяльності підприємства.

2. Рентабельність активів (*ROA*) визначається як відношення чистого прибутку (*ЧП*) до середньої величини активів за період отримання відповідного чистого прибутку ($\overline{A}$):

$$ROA = \frac{ЧП}{\overline{A}} \cdot 100\% . \qquad (12.2)$$

Цей показник служить для визначення ефективності використання капіталу, оскільки дає загальну оцінку доходності вкладеного в операційну діяльність капіталу, як власного так і позикового.

3. Рентабельність поточних активів (*РПА*) уявляє собою відношення чистого прибутку підприємства (*ЧП*) до середньої величини поточних активів (оборотних коштів) підприємства ($\overline{ПА}$):

$$РПА = \frac{ЧП}{\overline{ПА}} \cdot 100\% . \qquad (12.3)$$

Цей показник характеризує величину прибутку, отриману з кожної гривні, що вкладена у поточні активи.

4. Рентабельність власного (акціонерного) капіталу (*ROE*) визначається як відношення чистого прибутку (*ЧП*) до середньої величини власного капіталу підприємства ($\overline{ВК}$):

$$ROE = \frac{ЧП}{\overline{ВК}} \cdot 100\% . \qquad (12.4)$$

Цей показник займає особливе місце серед показників рентабельності і характеризує ефективність використання власних коштів акціонерів; величину прибутку, отриману на кожну гривню вкладень акціонерів в підприємство. Значення цього показника відображає ступінь привабливості суб'єкта господарювання для вкладень коштів акціонерів. Чим вище цей показник, тим більше прибутку приходиться на одну акцію, тим вище потенційні дивіденди.

До *інших показників рентабельності*, які також розраховуються для оцінки ефективності основної діяльності підприємства, відносяться коефіцієнти, відображені в табл. 12.1.

Таблиця 12.1

ПОКАЗНИКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Найменування показника	Алгоритм розрахунку	Умовні позначення
Рентабельність основних засобів ($P_{\overline{ОФ}}$)	$P_{\overline{ОФ}} = \frac{ЧП}{\overline{ОЗ}} \times 100\%$	$\overline{ОЗ}$ — середня вартість основних засобів
Рентабельність витрат (P_B), або окупність витрат	$P_B = \frac{ЧП}{B} \times 100\%$	B — операційні витрати підприємства
Рентабельність матеріальних витрат (P_{MB})	$P_{MB} = \frac{ЧП}{MB} \times 100\%$	MB — матеріальні витрати
Рентабельність трудових витрат (P_{TB})	$P_{TB} = \frac{ЧП}{TB} \times 100\%$	TB — трудові витрати
Рентабельність праці ($P_{\overline{Ч}}$)	$P_{\overline{Ч}} = \frac{ЧП}{\overline{Ч}} \times 100\%$	$\overline{Ч}$ — середньооблікова чисельність працівників
Рентабельність позикового капіталу ($P_{\overline{ПК}}$)	$P_{\overline{ПК}} = \frac{ЧП}{\overline{ПК}} \times 100\%$	$\overline{ПК}$ — середня вартість позикового капіталу
Рентабельність інвестиційного капіталу ($P_{\overline{ІК}}$)	$P_{\overline{ІК}} = \frac{ЧП}{\overline{ІК}} \times 100\%$	$\overline{ІК}$ — середня вартість інвестиційного капіталу (власний капітал + довгострокові зобов'язання)

Як наочно видно, показники рентабельності характеризують співвідношення чистого прибутку або з витратами підприємства, або з авансованими коштами, як власними, так і позиковими.

Необхідно підкреслити, що для розрахунку показників рентабельності може бути використаний не лише показник чистого прибутку, а і будь-який інший показник, який характеризує фінансові результати діяльності підприємства (прибуток від звичайної діяльності, прибуток від операційної діяльності, валовий прибуток).

На прикладі інформації, відображеної у додатку Б проведемо розрахунок показників рентабельності ЗАТ «Продмаш» — табл. 12.2.

Таблиця 12.2

РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ЗАТ «ПРОДМАШ», (%)

Показники рентабельності	Базисний період		Звітний період	
	Розрахунок	Значення	Розрахунок	Значення
Рентабельність продажу	$=\frac{1337}{7484}\times 100$	17,9	$=\frac{1251}{5752}\times 100$	21,7
Рентабельність активів	$=\frac{1337}{18538}\times 100$	7,2	$=\frac{1251}{16771}\times 100$	7,5
Рентабельність поточних активів	$=\frac{1337}{12929}\times 100$	10,3	$=\frac{1251}{11358}\times 100$	11,0
Рентабельність власного (акціонерного) капіталу	$=\frac{1337}{5271}\times 100$	25,4	$=\frac{1251}{5059}\times 100$	24,7
Рентабельність основних засобів	$=\frac{1337}{5354}\times 100$	25,0	$=\frac{1251}{5124}\times 100$	24,4
Рентабельність витрат (окупність витрат)	$=\frac{-1678}{9741}\times 100$	— 17,2	$=\frac{-914}{8265}\times 100$	– 11,1
Рентабельність матеріальних витрат	$=\frac{-1678}{2137}\times 100$	— 78,5	$=\frac{-914}{1890}\times 100$	– 48,4
Рентабельність трудових витрат	$=\frac{-1678}{3319}\times 100$	— 50,6	$=\frac{-914}{3919}\times 100$	– 23,3
Рентабельність позикового капіталу	$=\frac{-1571}{13061}\times 100$	— 12,0	$=\frac{-212}{11483}\times 100$	– 1,8
Рентабельність інвестиційного капіталу	$=\frac{-1571}{10905}\times 100$	— 14,4	$=\frac{-212}{12884}\times 100$	– 1,6

Підприємство має позитивне значення валового прибутку і від'ємні значення фінансового результату від операційної і основної діяльності, а також чистого прибутку. Тому для об'єктивної характеристики ефективності операційної діяльності підприємства, використання капіталу і ресурсів для розрахунку рентабельності продажу використаємо валовий прибуток, рентабельності витрат — фінансовий результат від операційної діяльності, для інших показників рентабельності — чистий прибуток (збиток).

Для спрощення розрахунків замість середніх за період балансових показників будемо використовувати дані на початок і кінець періоду.

Проведені розрахунки дають змогу зробити наступні висновки:

— більшість показників рентабельності підприємства збільшилась у звітному періоду в порівнянні з базисним. З урахуванням того факту, що сума валового прибутку зменшилась з 1337 тис. грн. у базисному періоді до 1251 тис. грн. у звітному, можна говорити, про більш суттєве скорочення продажу, загальної суми активів та поточних активів ЗАТ «Продмаш»;

— негативна динаміка спостерігається по показникам рентабельності акціонерного капіталу та основних засобів, які у звітному періоді зменшились в порівнянні з базисним;

— показники рентабельності, які були розраховані с застосуванням фінансового результату від операційної діяльності та чистого прибутку усі мають від'ємне значення (результатом діяльності є збиток) та позитивну динаміку;

— жоден з розглянутих показників рентабельності не досяг позитивного значення, але усі вони збільшились. Це відбулося за рахунок скорочення сум збитків та зменшення майже усіх баз порівняння (виняток складають витрати на оплату праці та інвестиційний капітал).

12.3. Аналіз впливу факторів на відносні показники результативності бізнесу

Одним із етапів оцінки результативності бізнесу є *кількісний вимір впливу факторів* на абсолютні та відносні показники.

Для здійснення факторного аналізу у кратних моделях показників рентабельності доцільно використовувати метод ланцюгових підстановок. Розглянемо на прикладі показника рентабельності продажу (*ROS*) ЗАТ «Продмаш», який відображений в табл. 12.2.

$$\Delta ROS = ROS_1 - ROS_0 = 21{,}7 - 17{,}9 = 3{,}8\%$$

Розрахуємо умовний показник рентабельності продажу:

$$ROS^1 = \frac{ВП_1}{ДР_0} \times 100\% = \frac{1251}{7484} \times 100\% = 16{,}7\%$$

Визначимо вплив факторів на рентабельність продажу ЗАТ «Продмаш»:

$$\Delta ROS_{(ВП)} = ROS^1 - ROS_0 = 16{,}7 - 17{,}9 = -1{,}2\%$$

$$\Delta ROS_{(ДР)} = ROS_1 - ROS^1 = 21{,}7 - 16{,}7 = 5{,}0\%$$

Обчислимо суму впливу факторів:

$$\Delta ROS = \Delta ROS_{(ВП)} + \Delta ROS_{(ДР)} = -1{,}2 + 5{,}0 = 3{,}8\%$$

Таким чином, можна говорити про те, що негативно вплинуло на рентабельність продажу ЗАТ «Продмаш» зменшення суми валового прибутку: за рахунок цього фактору рентабельність скоротилась на 1,2 %. Позитивний вплив здійснило збільшення доходу від реалізації — рентабельність продажу збільшилась на 5,0%.

Аналогічним чином здійснюється оцінка впливу факторів на інші показники рентабельності підприємства.

Різноманіття показників рентабельності визначає альтернативність пошуку шляхів їх підвищення. Для більш повної оцінки рентабельності результативності бізнесу слід використовувати *методи розширення або подовження факторної моделі*. Кожний з початкових показників розкладається у факторну систему з різним ступенем деталізації, що задає межі виявлення і оцінки внутрішньогосподарських резервів. Розглянемо деякі варіанти подовження часткових моделей рентабельності:

1. *Рентабельність активів підприємства* знаходиться в прямій залежності від рентабельності продажу і оборотності активів ($Об_A$):

$$ROA = \frac{ЧП}{\overline{A}} = \frac{ЧП}{\overline{A}} \times \frac{ДР}{ДР} = \frac{ЧП}{ДР} \times \frac{ДР}{\overline{A}} = ROS \times Об_A . \qquad (12.5)$$

Економічний зв'язок полягає в тому, що факторна модель прямо указує шляхи підвищення рентабельності: при низькому рівні рентабельності продажу необхідно прагнути до прискорення обороту активів.

Менеджери французької компанії «Дюпон» запропонували таблицю (рис. 12.1), яка дає змогу визначити основні складові елементи показника рентабельності активів.

Представлена схема дозволяє визначити взаємозв'язок між відносним показником результативності бізнесу та ресурсами або витратами підприємства. Визначені «слабкі місця» в діяльності підприємства підлягають глибокому аналізу та обов'язковому виправленню. Розглянемо на прикладі ЗАТ «Продмаш» (додаток Б) порядок формування таблиці Дюпона — рис. 12.2.

У зв'язку з тим, що результатом діяльності підприємства є чистий збиток, а для розрахунку показників рентабельності використовувався валовий прибуток, формування таблиці у повному обсязі не є можливим. На рис. 12.2 наочно представлений порядок формування тих або інших показників, які приймають участь у розрахунку кінцевого показника — рентабельність активів.

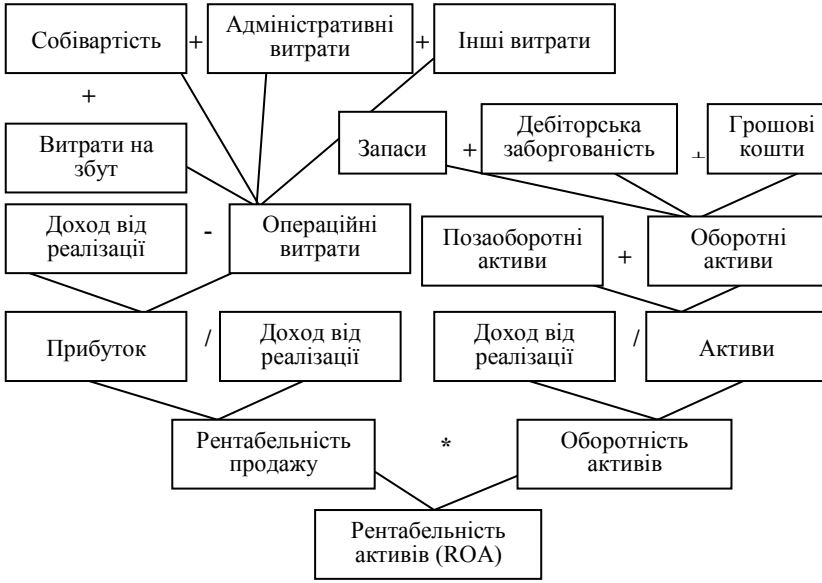

Рис. 12.1. Розкладання показника рентабельності активів на складові елементи відповідно до таблиці Дюпона

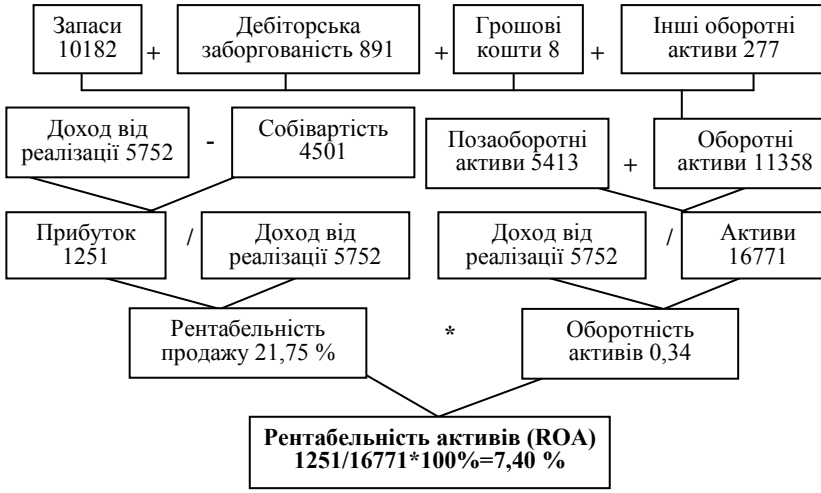

Рис. 12.2. Таблиця Дюпона для рентабельності активів ЗАТ «Продмаш» на 31.12.2011 р.

Окрім формування таблиці Дюпона на певну дату, доцільно її заповнення через певні проміжки часу — це дасть змогу наочно оцінити причини зміни як рентабельності активів, так і формуючих його рентабельності продажу та оборотності активів.

2. *Рентабельність основних засобів* у частковій моделі безпосередньо залежить від середньої вартості основних засобів та чистого прибутку. Подовження моделі дає змогу визначити залежність показника рентабельності основних засобів від двох факторів: рентабельності продажу (*ROS*) та фондовіддачі (*ФВ*):

$$P_{\overline{ОФ}} = \frac{ЧП}{\overline{ОЗ}} = \frac{ЧП}{\overline{ОЗ}} \times \frac{ДР}{ДР} = \frac{ЧП}{ДР} \times \frac{ДР}{\overline{ОЗ}} = ROS \times ФВ \qquad (12.6)$$

3. Аналогічним чином можна розширити часткову модель *рентабельності трудових ресурсів*, якщо доповнити її показником доходу від реалізації (*ДР*). В цьому випадку підвищення рентабельності трудових ресурсів стає можливим за умови збільшення рентабельності продажу (*ROS*) або підвищення продуктивності праці (*ПП*):

$$P_{\overline{Ч}} = \frac{ЧП}{\overline{Ч}} = \frac{ЧП}{\overline{Ч}} \times \frac{ДР}{ДР} = \frac{ЧП}{ДР} \times \frac{ДР}{\overline{Ч}} = ROS \times ПП\ . \qquad (12.7)$$

Для торгівельних підприємств подальше подовження моделі за рахунок застосування показника торгової площі ($S_{торг}$) дає змогу отримати інші фактори впливу на показник рентабельності трудових ресурсів. А саме: рентабельність продажу (*ROS*), ефективність використання торгової площі (λ), забезпеченість персоналу торговою площею (*Зп*):

$$P_{\overline{Ч}} = \frac{ЧП}{\overline{Ч}} = \frac{ЧП}{\overline{Ч}} \times \frac{ДР}{ДР} \times \frac{S_{торг}}{S_{торг}} = \frac{ЧП}{ДР} \times \frac{ДР}{S_{торг}} \times \frac{S_{торг}}{\overline{Ч}} = ROS \times \lambda \times Зп\ . \quad (12.8)$$

Останній фактор, по аналогії з показником фондоозброєності, характеризує ступень забезпеченості персоналу торговельною площею, яка виступає в якості одного з елементів об'єктів основних засобів. Цей показник має особливе значення для підприємств роздрібної торгівлі де наявність, достатність та ефективність використання торговельної площі є одними з ключових показників оцінки основних засобів.

4. Ще одним прикладом подовження часткових моделей є визначення впливу *рентабельності власного капіталу* (*ROE*) та співвідношення власних та позикових коштів ($К_{сп}$) на показник рентабельності позикового капіталу:

$$P_{\overline{ПК}} = \frac{ЧП}{\overline{ПК}} = \frac{ЧП}{\overline{ПК}} \times \frac{\overline{ВК}}{\overline{ВК}} = \frac{ЧП}{\overline{ВК}} \times \frac{\overline{ВК}}{\overline{ПК}} = ROE \times K_{сп}. \qquad (12.9)$$

Це показує, що підвищення рентабельності позикових коштів стає можливим або за рахунок підвищення ефективності використання власних коштів, або за рахунок їх збільшення в порівняні з позиковими засобами. Розглянемо на прикладі останньої моделі методику подовження часткових моделей та вплив факторів на показники рентабельності на підставі даних, відображених у додатку Б.

$$P_{\overline{ПК}0} = \frac{ВП_0}{\overline{ПК}_0} = \frac{1337}{13061} = 0{,}10$$

$$P_{\overline{ПК}1} = \frac{ВП_1}{\overline{ПК}_1} = \frac{1251}{11483} = 0{,}11$$

$$P_{\overline{ПК}0} = \frac{ЧП_0}{\overline{ВК}_0} \times \frac{\overline{ВК}_0}{\overline{ПК}_0} = \frac{1337}{5477} \times \frac{5477}{13061} = 0{,}24 \times 0{,}42 = 0{,}10$$

$$P_{\overline{ПК}1} = \frac{ЧП_1}{\overline{ВК}_1} \times \frac{\overline{ВК}_1}{\overline{ПК}_1} = \frac{1251}{5288} \times \frac{5288}{11483} = 0{,}24 \times 0{,}46 = 0{,}11$$

Можна спостерігати, що рентабельність власного капіталу не змінилась, тобто не вплинула на показник рентабельності позикового капіталу. Таким чином, збільшення рентабельності позикового капіталу на 0,01 (0,11 – 0,10) відбулося цілком за рахунок зростання коефіцієнту співвідношення власного та позикового капіталу з 0,42 у базисному періоді до 0,46 у звітному періоді.

Факторні моделі рентабельності розкривають найважливіші причинно-наслідкові зв'язки між показниками фінансового стану підприємства і результативності бізнесу. Тому вони є незамінним інструментом оцінки ситуації, що склалася.

12.4. Аналіз рентабельності підприємства з використанням моделі Дюпона

У практичній діяльності оцінки результативності бізнесу в розвинених країнах рентабельність власного капіталу вважають найважливішим підсумковим показником, де фокусуються результати всіх напрямків діяльності підприємства. При цьому розглядаються *три— і п'ятифакторні моделі рентабельності*.

Система аналізу менеджерів фірми «Дюпон» (The DuPont System of Analysis) в першу чергу досліджує здатність підприємства ефективно генерувати прибуток, реінвестувати його, нарощувати обороти. В основу аналізу покладено жорстко детерміновану факторну модель, що дозволяє ідентифікувати і дати порівняльну характеристику основних моментів, що впливають на зміну того або іншого показника діяльності підприємства.

Менеджери фірми «Дюпон» запропонували *рентабельність власного капіталу* (*ROE*) визначати як добуток рентабельності продажу (*ROS*), оборотності активів ($Об_А$) та коефіцієнта фінансової залежності (відношення сукупного капіталу до власного) ($К_{фз}$), тобто:

$$ROE = \frac{ЧП}{ВК} = \frac{ЧП}{ВК} \times \frac{ДР}{ДР} \times \frac{ВБ}{ВБ} = \frac{ЧП}{ДР} \times \frac{ДР}{ВБ} \times \frac{ВБ}{ВК} = \\ = ROS \times Об_А \times К_{фз}, \qquad (12.10)$$

де ВБ — валюта балансу підприємства.

Розщеплювання ключових показників на їх складові, дозволяє визначити і дати порівняльну характеристику основних причин, що вплинули на зміну того або іншого показника.

Методика заснована на тому, що при розкладанні показників на складова частини, стає ясно, що зміна показника прибутковості власного капіталу залежить від великої кількості найважливіших показників основної діяльності підприємства. Значущість виділених чинників пояснюється тим, що вони узагальнюють всі сторони основної діяльності підприємства.

Отже, рентабельність власного капіталу залежить від змін рентабельності продукції (операційна діяльність підприємства), ресурсовіддачі (інвестиційна діяльність) і співвідношення сукупного та власного капіталу (фінансова діяльність).

З наведеної трифакторної моделі рентабельності власного капіталу випливає, що на її значення істотно впливає зміна коефіцієнта фінансової залежності, тобто так званий фінансовий леверидж (важіль), який супроводжується підвищенням ризику втрати підприємством фінансової незалежності.

З огляду на цей ризик аналітик визначає і регулює рівень фінансового важеля, з'ясовує, на скільки відсотків зміниться рентабельність власного капіталу при зміні валового прибутку (*ВП*) на 1 % за умов різних часток позикового капіталу в пасивах підприємства.

Розглянемо на прикладі інформації відображеної в фінансовій звітності ЗАТ «Продмаш» (додаток Б) методику оцінки рентабельності підприємства за моделлю Дюпона:

$$ROE_0 = \frac{ВП_0}{\overline{ВК}_0} = \frac{1337}{5271} = 0{,}254$$

$$ROE_1 = \frac{ВП_1}{\overline{ВК}_1} = \frac{1251}{5059} = 0{,}247$$

$$ROE_0 = \frac{ВП_0}{ДР_0} \times \frac{ДР_0}{ВБ_0} \times \frac{ВБ_0}{\overline{ВК}_0} = \frac{1337}{7484} \times \frac{7484}{18538} \times \frac{18538}{5271} =$$
$$= 0{,}179 \times 0{,}404 \times 3{,}517 = 0{,}254$$

$$ROE_1 = \frac{ВП_1}{ДР_1} \times \frac{ДР_1}{ВБ_1} \times \frac{ВБ_1}{\overline{ВК}_1} = \frac{1251}{5752} \times \frac{5752}{16771} \times \frac{16771}{5059} =$$
$$= 0{,}217 \times 0{,}343 \times 3{,}315 = 0{,}247$$

Для розрахунку впливу факторів на рентабельність власного капіталу за моделлю «Дюпон», яка є мультиплікативною (права частина формули (12.13) використаємо спосіб абсолютних різниць.

Зміна рентабельності власного капіталу за рахунок:

— рентабельності продажу:

$$\Delta ROE_{(ROS)} = (ROS_1 - ROS_0) * Об_{A0} * К_{фз_0} =$$
$$= (0{,}217 - 0{,}179) * 0{,}404 * 3{,}517 = 0{,}054$$

— оборотності активів:

$$\Delta ROE_{(Об_A)} = ROS_1 * (Об_{A_1} - Об_{A0}) * К_{фз_0} =$$
$$= 0{,}217 * (0{,}343 - 0{,}404) * 3{,}517 = -0{,}046$$

— коефіцієнта фінансової залежності:

$$\Delta ROE_{(К_{фз})} = ROS_1 * Об_{A_1} * (К_{фз_1} - К_{фз_0}) =$$
$$= 0{,}217 * 0{,}343 * (3{,}315 - 3{,}517) = -0{,}015$$

Перевірка:

$$0{,}054 - 0{,}046 - 0{,}015 = 0{,}247 - 0{,}254$$
$$-0{,}007 = -0{,}007$$

Розрахунки проведено правильно. Вони показали, що рентабельність власного капіталу ЗАТ «Продмаш» у звітному періоді зменшилась в порівнянні з базисним. Негативно вплинуло скорочення оборотності активів та зменшення показника фінансового левериджу. Збільшення рентабельності продажу вплинуло позитивно.

12.5. Сутність та види рейтингових оцінок

Методика рейтингової оцінки підприємства заснована на теорії і методиці комплексного аналізу діяльності підприємства. Підсумкова рейтингова оцінка підприємства враховує всі найважливіші параметри (показники) фінансово-господарської діяльності, бо при її проведенні використовуються показники, що характеризують виробничий потенціал підприємства, рентабельність його продукції, ефективність використання виробничих і фінансових ресурсів, стан і розміщення коштів, їх джерела та інші показники. Вибір і обґрунтування початкових показників виходить з мети оцінки та завдань, які ставлять перед собою суб'єкти господарювання, аналізуючи фінансово-економічний потенціал підприємства.

У ролі комплексного показника передбачено розрахунок рейтингової оцінки. *Рейтинг* (оцінка, віднесення до класу, розряду, категорії) — це оцінка позиції аналізованого об'єкта за шкалою показників.

Методика рейтингової оцінки полягає у порівнянні системи показників, які характеризують фінансово-економічний стан підприємства, з умовним еталонним підприємством, що має найкращі результати за всіма порівнюваними показниками.

Рейтингова оцінка характеризується значенням конкретного показника, який синтезує певні сторони діяльності об'єкта дослідження, отриманого на основі математичної обробки системи окремих показників. Комплексна оцінка використовується у порівняльному аналізі для визначення рейтингу підприємств на підставі вибору найкращого з них.

Перевагою рейтингової оцінки є можливість аналізу і порівняння результатів фінансово-господарської діяльності підприємств різних організаційно-правових форм і форм власності, які належать до різних галузей і сфер діяльності.

Суб'єкти ринкових відносин (власники, інвестори, банки, постачальники і покупці, страхові компанії тощо), зацікавлені в оцінці конкурентоспроможності і надійності своїх партнерів, як правило, використовують методи комплексної рейтингової оцінки.

Огляд діяльності провідних світових рейтингових агентств Standard and Poor's, Moody's, IBCA, SERM, Fitch, російського «Експерт РА» і українського «Кредит-Рейтинг» показує, що вони пропонують досить великий перелік рейтингів (рис. 12.3).

Методика рейтингової оцінки підприємства включає такі *етапи*:

— збір і обробка аналітичної інформації за звітний період;

— вибір і обґрунтування системи показників, що використовуються для рейтингової оцінки;

— розрахунок підсумкового показника рейтингової оцінки;

— класифікація і ранжування підприємств за рейтингом.

Рейтинги												
Кредитний рейтинг	Становий рейтинг	Правовий рейтинг	Регіональний і муніципальний рейтинги	Рейтинг акцій	Банківський рейтинг	Рейтинг взаємних фондів	Рейтинг керованих фондів	Екологічний і соціальний рейтинг	Рейтинг корпоративного управління	Рейтинг якості управління активами	Рейтинг фінансових організацій	Рейтинг страхових компаній

Рис. 12.3. Види рейтингів провідних рейтингових агентств

Рейтингова оцінка фінансово-господарської діяльності підприємства може проводитися на основі використання матричних моделей, за допомогою яких можна отримати єдиний інтегральний показник.

Конструювання інтегрального показника для узагальнюючої рейтингової оцінки може проводитися методами: сум; середньої геометричної; коефіцієнтів; суми місць; відстаней тощо. Ці методи були детально розглянуті у § 5.3.

12.6. Рейтингова оцінка інвестиційної привабливості підприємства

В Україні рейтингування, як вид бізнесу, тільки починає формуватися. Наприкінці 2003 — початку 2004 рр. уряд України став приділяти увагу структуризації й забезпеченню прозорості фондового ринку. З цією метою Кабінет Міністрів 01.04.2004 р. прийняв розпорядження «Про затвердження Концепції створення рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб'єктів господарювання».

19 серпня 2004 р. на конкурсній основі було обране перше в Україні вповноважене рейтингове агентство — «Кредит-Рейтинг».

Основною проблемою, що виникла в межах реалізації Концепції створення рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб'єктів господарювання, було і є моделювання національного рейтингу інвестиційної привабливості підприємств.

Аналіз ситуації на ринку інвестицій України, дає підстави думати, що в цей час для інвесторів найбільш інформативним є надання даних щодо інвестиційної привабливості підприємств у формі рейтингу фінансового стану.

Проблема рейтингової оцінки в кінцевому підсумку зводиться до рішення завдання одержання агрегатного показника на базі набору ви-

хідних часткових і наступного ранжирування за значеннями агрегатного показника.

Аналізуючи методологічні підходи до формування різних видів рейтингів, можна дійти висновку, що у світовій практиці кредитний рейтинг ототожнений з рейтингом інвестиційної привабливості компаній.

Такий підхід видається непереконливим, тому що в цьому випадку ніби ототожнюються поняття «інвестиції» і «кредит». Так, фахівці російського рейтингового агентства «Експерт РА» під кредитним рейтингом в узагальненому вигляді розуміють стандартизовану суб'єктивну оцінку ймовірності повного й своєчасного виконання боржником зобов'язань щодо виплати відсотків і погашення основної частини боргу.

Рейтинг інвестиційної привабливості передбачає оцінку фінансово-економічної стабільності підприємства, що є найважливішою характеристикою його ділової активності й надійності. Вона визначає конкурентоспроможність підприємства і його потенціал у діловому співробітництві, є гарантом ефективної реалізації економічних інтересів всіх учасників господарської діяльності.

Як засвідчує практика, проведення оцінки інвестиційної привабливості, первинний аналіз інвестиційної привабливості об'єктів вкладення коштів передбачає ознайомлення інвестора з комплексним (інтегральним) показником, що дозволяє проводити порівняльну оцінку для великої сукупності об'єктів за мінімальних витрат часу. Завдання комплексної оцінки в наш час вирішуються у двох напрямах:

— розробка узагальнюючого (синтетичного), або інтегрального, показника;

— розробка алгоритмів обчислювальних процедур, які на основі набору показників забезпечили б однозначну оцінку результатів господарської діяльності.

У ролі комплексного показника наявна методика передбачає розрахунок рейтингової оцінки. Рейтинг (оцінка, віднесення до класу, розряду, категорії) — це оцінка позиції аналізованого об'єкта за шкалою показників.

Залежно від значення скоректованого узагальнюючого показника визначається група фінансового стану підприємства. Потім з урахуванням коригувального показника значення узагальнюючого показника коректується й визначається клас (А, Б, В, Г, Д, Е) або рейтинг інвестиційної привабливості.

Прогнозний перспективний рейтинг інвестиційної привабливості ($ППР_{ІП}$) має вигляд:

$$ППР_{ІП} = РІП_{звіт.} * (К_{ов} - К_{осзс}); \qquad (12.11)$$

де $РІП_{звіт.}$ — рейтинг інвестиційної привабливості звітного періоду;

$К_{ОВ}$ — коефіцієнт оцінки віддачі від підприємства у зовнішнє середовище;

$К_{ОСЗС}$ — коефіцієнт оцінки сприятливого зовнішнього середовища для діяльності підприємства.

Таким чином, якщо $К_{ов}$ перевищує $К_{осзс}$ то рейтинг інвестиційної привабливості буде покращуватися і навпаки.

Контрольні питання до теми

1. Що характеризують показники рентабельності? Які їх особливості та переваги у порівнянні з абсолютними показниками фінансових результатів?
2. Які показники рентабельності використовуються для оцінки ефективності діяльності підприємства? Охарактеризуйте їх.
3. У чому полягає значення та які задачі стоять перед аналізом рентабельності підприємства?
4. Які форми фінансової звітності застосовуються для оцінки рентабельності підприємства?
5. Яка методика застосовується для оцінки впливу факторів на показники рентабельності підприємства?
6. У чому полягає сутність методів розширення та подовження часткових моделей рентабельності?
7. Які приклади подовження часткових моделей рентабельності ви можете навести?
8. Яка особливість оцінки рентабельності підприємства з використанням моделі Дюпона?
9. У чому полягає сутність та можливості використання таблиці Дюпона?
10. У чому полягає рейтингова оцінка інвестиційної привабливості підприємства?

Тематика доповідей

1. Система багаторівневого «директ-костингу».
2. Взаємозв'язок рентабельності власного капіталу та ефекту фінансового важеля.
3. Багатофакторна оцінка рентабельності виробничої діяльності.
4. Аналіз рентабельності основних виробничих засобів: можливості методики подовження часткової моделі.

Тестові завдання

1. Показники рентабельності це — …
А) результати фінансової діяльності підприємства;
Б) відносні характеристики фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства;

В) відносні показники, які характеризують доходи та витрати підприємства.

2. Визначите, показник рентабельності, який має наступну характеристику: «… характеризує ефективність використання власних коштів акціонерів; величину прибутку, отриману на кожну гривню вкладень акціонерів в підприємство».
А) рентабельність власного капіталу;
Б) рентабельність майна підприємства;
В) рентабельність витрат.

3. Показники рентабельності можуть бути використані в процесі прогнозування прибутку підприємства у зв'язку з тим, що вони …
А) визначають зв'язок між сумою прибутку та величиною вкладеного капіталу;
Б) можуть бути застосовані для оцінки динаміки;
В) є основою для визначення суми прибутку підприємства.

4. Основними джерелами інформації, яка використовується для оцінки рентабельності підприємства є:
А) форми 1 та 3 фінансової звітності;
Б) форма 2 фінансової звітності та статистична звітність «Звіт про фінансові результати, дебіторську та кредиторську заборгованість»;
В) форми 1 та 2 фінансової звітності.

5. Для обчислення показників рентабельності можуть використовуватись наступні види прибутку:
А) чистий прибуток;
Б) будь який вид прибутку підприємства;
В) прибуток від операційної діяльності або чистий прибуток.

6. Рентабельність продажу (*ROS*) визначається як:

А) $ROS = \frac{чистий\ \ прибуток}{дохід\ \ від\ \ реалізації} \cdot 100\%$;

Б) $ROS = \frac{чистий\ \ прибуток}{товарообіг} \cdot 100\%$;

В) $ROS = \frac{прибуток\ \ від\ \ фінансової\ \ діяльності}{дохід\ \ від\ \ реалізації} \cdot 100\%$.

7. Розширення часткової моделі рентабельності активів за рахунок введення показника доходу від реалізації дає змогу визначити вплив наступних факторів:
А) рентабельності продажу та рентабельності поточних активів;
Б) оборотності активів та рентабельності власного капіталу;
В) рентабельності продажу та оборотності активів.

8. Модель рентабельності Дюпона характеризує вплив наступних факторів на рентабельність власного капіталу:
А) чистого прибутку та середньої величини власного капіталу;
Б) рентабельності продажу, оборотності активів та коефіцієнта фінансової залежності;
В) рентабельності активів, коефіцієнта фінансової залежності та чистого прибутку.

9. Прогнозний перспективний рейтинг інвестиційної привабливості (ППРІП) має вигляд:
А) $К_{ов} = \frac{\sum Б_а}{\sum Б_м}$;
Б) $CFI = TP \times (1 - IT) + A$;
В) $ППР_{ІП} = РІП_{звіт.} * (К_{ов} + К_{осзс})$;
Г) $ППР_{ІП} = РІП_{звіт.} * (К_{ов} - К_{осзс})$.

Практичні завдання

Задача 12.1
На підставі наведеної інформації:
— розрахуйте можливі показники рентабельності;
— кількісно виміряйте вплив факторів на показники рентабельності основних засобів та поточних активів.
Зробить висновки.

(тис. грн.)

Показники	План	Факт
Чистий прибуток	1500	1684
Чистий доход	10800	10925
Матеріальні витрати	5870	5641
Активи	32600	31529
Поточні активи	20560	21684
Власний капітал	8540	8629

Задача 12.2
На підставі наведеної інформації кількісно виміряйте вплив рентабельності продажу, ефективності використання торговельної площі та забезпеченістю персоналу торговою площею на показник рентабельності трудових ресурсів. Зробить висновки.

Показники	Базисний період	Звітний період
Прибуток від операційної діяльності, тис. грн.	92,15	90,27
Валовий прибуток, тис. грн.	1258,34	1124,59
Торговельна площа, м^2	250	197
Чисельність персоналу на початок періоду, осіб	358	346
Чисельність персоналу на кінець періоду, осіб	346	342

Задача 12.3
На підставі наведеної інформації кількісно виміряйте вплив рентабельності продажу, оборотності активів та коефіцієнта фінансової залежності на показник рентабельності власного капіталу (модель Дюпона). Зробить висновки.

(тис. грн.)

Показники	План	Факт
Валюта балансу	98540	95487
Власний капітал	54200	50487
Валовий прибуток	25800	22654
Фінансовий результат від звичайної діяльності	1200	– 754

Задача 12.4
За даними додатку Б проведіть оцінку інвестиційної привабливості підприємства.

Література

[1, 5, 7, 10, 11, 15, 16, 18, 21, 22, 26, 27 — 30, 32 — 34, 36, 37, 46, 48, 64, 66, 72, 77, 82, 100, 109 — 113, 116, 122, 123].

Список рекомендованої літератури

НАВЧАЛЬНІ ПОСІБНИКИ, МОНОГРАФІЇ, АВТОРЕФЕРАТИ ДИСЕРТАЦІЙ

1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: практикум. [Текст] / О.В. Губина, В.Е. Губин 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. — 192 с. 978-5-8199-0320-9.

2. Андрєєва Г. І. Економічний аналіз [Текст]: навч.-метод. посібник / Г. І. Андрєєва. — К. : Знання, 2008. — 263 с. — (Серія «Вища освіта XXI століття»). — ISBN 978-966-346-365-0.

3. Бабенко В. Г. Механізм страхування фінансових ризиків: монографія [Текст] / В.Г. Бабенко. — Мелітополь: ТДАТУ, 2009. — 287с.

4. Баканів М.І. Фінансовий аналіз: навч. посіб. [Текст] / М.І. Баканів. — К.: Кондор, 2009 . — 296 с.

5. Банк В.Р. Финансовый анализ: учеб. пособ. [Текст] / В.Р. Банк, С.В. Банк, А.В. Тараскина. — М.: ТК Велби, Изд-во. Проспект, 2006. — 344 с. ISBN 5-482-00022-2

6. Басовский Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] / Л.Е. Басовский, А.М. Лунева, А.Л. Басовский. — М.: Инфра-М, 2008. — 222 с. ISBN 978-5-16-001285-8.

7. Білик М. Д. Фінансовий аналіз: навч. посіб. [Текст] / М.Д. Білик, О.В. Павловська, Н.М. Притуляк, Н.Ю. Невмержицька. — К.: КНЕУ, 2005. — 592 с. ISBN 966–574–799–1.

8. Білуха М.Т. Теорія бухгалтерського обліку: підручник. [Текст]/ М. Т. Білуха. — К.: Цент навчальної літератури 2007. — 690с.

9. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента: підручник. В 2 т. [Текст]/ И.А.Бланк. — К.: Ника-Центр, 1999. — 512 с.

10. Богатко Н.Г. Облік та аналіз фінансових інвестицій: автореф. дис.. канд. екон. наук: 08.06.04 [Текст] / Н.Г. Богатко; Харк. держ. акад. технології та орг. харчування. — Х., 1999. — 17 с.

11. Бровкова Е. Г. Внешнеэкономическая деятельность: підручник. [Текст]/ Е. Г. Бровкова, И. П. Продиус. — К.: Сирин, 2000. — 196 с.

12. Булатів А.С. Економічний аналіз діяльності підприємств: навч. посіб. [Текст] / А.С. Булатів. — К.: Знання, 2007. — 408с.

13. Бутинець Ф.Ф. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності:навчальний посібник. [Текст] / За ред. Ф.Ф. Бутинця — Житомир: ПП. «Рута», 2001. — 544с.

14. Ващенко Л. О. Інформаційне та методичне забезпечення аналізу фінансового стану підприємств: автореф. дис.. канд. екон. наук: 08.06.04 [Текст] / Л. О. Ващенко; Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. — К., 2005. — 20с.: іл.

15. Гадзевич О. І. Основи економічного аналізу і діагностики фінансово-господарської діяльності підприємств: навч. посіб. [Текст] / О. І. Гадзевич. — К.: Кондор, 2007. –180 с.

16. Ганаба М.Д. Аналітичне забезпечення управління конкурентоспроможністю цукру: автореф.дис. …канд.екон.наук: 08.00.09 [Текст]/ М.Д. Ганаба; Нац. аграр. ун-т.— К., 2007. — 24 с.

17. Герасимова В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия: учебное пособие [Текст] / В.Д.Герасимова. — М.: КНОРУС, 2011. — 360с. ISBN 978-5-406-00678-8

18. Герасимов Б.И., Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации [Текст] / Б.И. Герасимов, Т.М.Коновалова, С.П. Спиридонов, Н.И. Саталкина.— Тамбов: ТГТУ, 2008. — 160 с. — ISBN 978-5-8265-0722-3.

19. Гречина І.В. Оцінка інвестиційної привабливості торговельних підприємств: автореф. дис.. канд. екон. наук: 08.00.04 [Текст]/ І.В. Гречина; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі. — Донецьк, 2008. — 19 с. : іл.

20. Гречина І.В. Оцінка інвестиційної привабливості торговельних підприємств: монографія [Текст] / І.В. Гречина, П.М. Сухарев. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. — 417 с.

21. Гушко С. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. [Текст] / С. В. Гушко, А.В. Шайкан, Н.П. Шайкан, О.А.Гушко. — Вид. 2-е, перероб. і допов. — Кривий Ріг: Чернявський Д. О., 2011. — 174 с.

22. Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. [Текст] / Л.І. Донець. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 312с.

23. Дибаніч І.Л. Економічна інтеграція як засіб посилення конкурентоспроможності невеликих підприємств : автореф.дис. …канд.екон.наук: 08.00.04 [Текст]/ І.Л. Дитбаніч; Нац. аграр. ун-т.— — Хмельницький, 2009. — 21 с.

24. Єпіфанов А.О. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання: монографія / А.О. Єпіфанов, Н.А. Дехтяр, Т.М. Мельник, І.О. Школьник та ін. / За ред. доктора економічних наук А.О. Єпіфанова. — Суми: УАБС НБУ, 2007. — 286 с.

25. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства / Вид .2-ге пер. та доп: навч. посіб. [Текст] / Т. Д. Костенко та ін. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 400 с.

26. Економічний аналіз / М.А. Болюх М.А. [Електронний ресурс]. — Доступний з http://books.br.com.ua/themes/9/32

27. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток [Текст]: моногр. / Ю. Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова. — Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. — 352с.

28. Ізмайлова К. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. [Текст] / К.В. Ізмайлова. — К.: МАУП, 2001. — 152 с.

29. Ионин Е.Е. Система показателей оценки имущественного положения предприятий: монография [Текст] / Е.Е.Ионин. — Донецк: Юго-Восток, 2006. — 431 с.

30. Капітанець Ю.О. Визначення та забезпечення конкурентоспроможності підприємства: автореф.дис. …канд. екон. наук: 08.00.04 [Текст] / Ю.О. Капітанець; Економіка та управління підприємствами. — Тернопіль, 2009. — 21 с.

31. Карамзін В. Я. Фінансовий аналіз: навч. посіб. [Текст] / В. Я. Карамзін. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 392 с.

32. Кіндрацька Г.І. Економічний аналіз [Текст] : підручник / Г. І. Кіндрацька [и др.]. — 3-тє вид., перероб. і доп. — К.: Знання, 2008. — 487 с. — ISBN 978-966-346-592-0.

33. Ковалев В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры: ученик. [Текст]/ В.В. Ковалев. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 560 с.

34. Ковалев В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. [Текст] / В.В. Ковалев. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 385 с.

35. Коваленко А.Г. Облік і аналіз фінансових інвестицій (на прикладі промислових підприємств України): автореф. дис.. канд. екон. наук: 08.06.04 / А. Г. Коваленко; Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. — К.: 2006. — 18 с.

36. Ковальчук Т.М. Теорія економічного аналізу [Текст]: навч.-метод. посіб. / уклад. Т. М. Ковальчук; Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. — Чернівці: Рута, 2008. — 392 с. — ISBN 978-966-568-948-5.

37. Ковальчук К.Ф Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій.: навчальний посібник. [Текст]/ К.Ф.Ковальчук — К.: Центр учбової літератури, — 2012. — 326с

38. Кожанова Є. П. Економічний аналіз [Текст]: навч. посіб. / Є. П. Кожанова [и др.] ; Харківський національний економічний ун-т. — 3-є вид., допр. і доп. — Х.: ВД «ІНЖЕК», 2009. — 344 с. — ISBN 978-966-392-241-6.

39. Козак І. І. Економічний аналіз [Текст]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / І. І. Козак; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. — 2-ге вид. — Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2010. — 217 с. — ISBN 978-966-8687-57-0.

40. Кононенко О. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие [Текст] / О. Кононенко. — Х.: Фактор, 2002. — 144с.

41. Конспект лекцій з курсу «Потенціал підприємства: формування та оцінювання» (для студентів 4 курсів денної та 5 курсів заочної форм навчання за спеціальністю 6.050100 — „Економіка підприємства”, „Економіка будівельного підприємства”, „Економіка підприємств міського господарства”[Електронний ресурс] / Укл. Мамаєва Т .О., Торкатюк В.І., Золотова Н.М., Пан М.П. — Харків: ХНАМГ, 2007. — 154 с. — Режим доступу: eprints.kname.edu.ua/147/1/Потенц_предпр_конспект.doc

42. Косова Т.Д. Організація і методика економічного аналізу: навч. посібник [Текст] / Т.Д. Косова, П.М. Сухарев, Л.О. Ващенко, І.В. Гречина, Н.Е. Дєєва; (за заг. ред проф. Т.Д. Косової) — К.: Центр учбової літератури, 2012. — 528с.

43. Косова Т.Д. Фінансові інститути в системі управління інвестиційним процесом [Текст]: моногр. / Т.Д.Косова; ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського. — Донецьк, 2008. — 338 с.

44. Корінько М. Д. Контроль та аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах її диверсифікації: теорія, методологія, організація [Текст]: моногр. / М.Д. Корінько — К.: ІВЦ Держкомстату України, 2007. — 429 с.

45. Костирко Л.А. Діагностика потенціалу фінансово — економічної стійкості підприємства: моногр. / Л.А. Костирко. — вид-во СНУ.-Луганськ, 2008. — 336 с.

46. Котлик А.В. Управління конкурентоспроможності підприємства на основі процесного підходу: автореф.дис. …канд.екон.наук: 08.00.04 [Текст] / А.В. Котлик; Харк. нац. екон. ун-т. — Харьків, 2009. — 17 с.

47. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навчальний посібник. [Текст]/ Н.С. Краснокутська. — Київ: Центр навчальної літератури, 2005. — 352 с.

48. Кузьмін О. Є. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків: навч. посіб. [Текст] / О.Є. Кузьмін, Г.Л. Вербицька, О.Г. Мельник / Національний ун-т «Львівська політехніка». — Л.: Видавництво національного ун-ту «Львівська політехніка», 2008. — 212с. — ISBN 978-966-553-801-1.

49. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу [Текст]: навч. посібник / Г. І. Купалова. — К.: Знання, 2008. — 639 с. — ISBN 978-966-346-497-8.

50. Лазаришина І. Д. Методологія та організація економічного аналізу: навчальний посібник. [Текст] / І.Д. Лазаришина. / Український держ. ун-т водного господарства та природокористування. — Рівне: УДУВГП, 2004. — 112с.

51. Магопець О.А. Фінансовий аналіз: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., які навч. за освіт.-проф. прогр. магістра за спец. «Облік і аудит» [Текст] / О. А. Магопець [та ін.]. — Кіровоград: КОД, 2010. — 278 с.

52. Мамаєва Т .О. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: конспект лекцій для студентів. [Текст] / Т.О. Мамаєва, В.І. Торкатюк, Н.М. Золотова, М.П. Пан. — Харків: ХНАМГ, 2007. — 154 с.

53. Масютин С. А. Корпоративное управление: опыт и проблемы: монография [Текст]/ С. А. Масютин. — М.: Финстатинформ, 2003. — 280 с.

54. Мних Є.В. Економічний аналіз діяльності підприємства [Текст]: підручник / Є. В. Мних; Київський національний торговельно-економічний ун-т. — К., 2008. — ISBN 966-629-312-9.

55. Мочаліна З. М. Економічний аналіз (модульний варіант). Навч. посібник. [Текст] / З.М. Мочаліна, В.Т. Плакіда, А.Є.Ачкасов. — Харків: ХНАМГ, 2007. − 408 с.

56. Нитецкий В.В. Финансовый анализ в аудите. Теория и практика. [Текст] / В.В. Нитецкий. — М.: Дело, 2001. — 256с.

57. Олійник О. В. Розвиток економічного аналізу в умовах інституційних змін. [Електронний ресурс] / О. В. Олійник. — Житомир: ЖДТУ, 2008. — 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см.

58. Оліфіров О. В. Контролінг інформаційної системи підприємства: навчальний посібник. [Текст] О.В. Оліфіров. — Донецьк : ДонДУЕТ, 2003. — 326с.

59. Отенко І. П. Аналіз та оцінка стратегічного потенціалу підприємства: наук. вид. [Текст] / І.П. Отенко, Л.М. Малярець, Г.А. Іващенко. — Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. — 347с. — ISBN 966-676-219-6.

60. Петряєва З. Ф. Організація і методика економічного аналізу [Текст]: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни/ З. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко; Харківський національний економічний ун-т. — Х.: ХНЕУ, 2009. — 236 с. — . ISBN 978-966-676-304-7.

61. Петряєва З. Ф. Організація і методика економічного аналізу: навч. посіб. [Текст] / З.Ф. Петряєва, Г.Г. Хмеленко. — Х.: ХНЕУ, 2008. — 240с.

62. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання [Текст]: підручник / П. Я. Попович. — 3-тє вид., перероб. і доп. — К.: Знання, 2008. — 630 с. — (Серія «Вища освіта XXI століття»). — ISBN 978-966-346-471-8.

63. Прокопенко І.Ф. Методика і методологія економічного аналізу [Текст]: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / І. Ф. Прокопенко, В. І. Ганін. — . К.: ЦУЛ, 2008. — 430 с. — ISBN 978-966-364-569-8.

64. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємств. [Текст] / Г.В. Савицька. — К.: Знання, 2004. — 654 с.

65. Садеков А. А. Инвестиционная привлекательность предприятия (методология и методика оценки): монографія [Текст] / А. А. Садеков, Н. А. Лисова; Донец. гос. ун-т экономики и торговли. — Донецк : ДонГУЭТ, 2001. — 270 с.

66. Сіменко І.В. Якість систем управління підприємствами: методологія, організація, практика: монографія [Текст] / І.В. Сіменко. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. — 394 с.

67. Сопко В. В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: підручник [Текст] / В.В. Сопко, В.П. Завгородній. / Київський національний економічний ун-т. — К.: КНЕУ, 2004. — 411с.

68. Сумець О.М. Оцінка конкурентоспроможності сучаного промислового підприємства: навчально-практичний посібник. [Текст] /О.М. Сумець, О.Є. Сомова, Є.Ф. Пєліхов. — К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009. — 280с.

69. Сухарев П. М. Економічний аналіз в системі податкового контролю: організація і методика: навч. посібник. [Текст] / П.М. Сухарев, Л.О. Сухарева, О.О. Назаренко, О.Л. Павліченко, Я.І. Глущенко. — Донецький держ. ун-т економіки, торгівлі ім. М.Туган-Барановського. — Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. — 124с.

70. Сухарев П.М. Фінансовий аналіз: навчальний посібник [Текст] / П.М. Сухарев, Т.Д. Косова, І.В. Сіменко. — Донецьк: ДонДУЕТ, 2002. — 299 с.

71. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз [Текст]: навч. посібник для студ. вищ. закладів освіти / Н. В. Тарасенко. –ж 4-те вид., стер. — Л.: Новий Світ-2000, 2008. — 344 с. — ISBN 966-7827-31-3.

72. Титаренко В.Є. Оцінювання та розвиток конкурентоспроможності промислових підприємств: автореф.дис. канд.екон.наук: 08.06.01 [Текст] / В.Є. Титаренко; Економіка, організація і управління підприємствами. — Л., 2005. — 20 с.

73. Уемов А. И. Системный подход и общая теория систем [Текст]/ А. И. Уемов. — М. : Мысль, 1978. — С. 8 — 54.

74. Фаріон І. Д. Організація обліку, контролю й аналізу: навч. посібник [Текст] / І. Д. Фаріон, І.В. Перевозова. / Тернопільський національний економічний ун-т. — Т.: Економічна думка, 2007. — 714с.

75. Чигринська О.С. Теорія економічного аналізу: навч. посіб. [Текст] / О.С. Чигринська, Т.М. Власюк. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 232с.

76. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз [Текст]: навч. посібник / М. А. Болюх [та ін.]; ред. М. Г. Чумаченко; Київський національний економічний ун-т. — 2.вид., перероб. і доп.. –. К.: КНЕУ, 2003. — 555 с. — ISBN 966-574-416-Х.

77. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа [Текст] /А.Д. Шеремет. — М.: ИНФРА–М, 2011. — 352с. ISBN: 978-5-16-004550-4.

78. Шиян Д. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. [Текст] / Д.В. Шиян. — К. : А.С.К., 2005. — 240с.

79. Шкарабан С.І. Організація і методика економічного аналізу (Збірник задач) [Текст]: для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / С. І. Шкарабан [та ін.]; Тернопільський національний економічний ун-т. Кафедра економічного аналізу. — Т.: ТНЕУ, 2009. — 176 с.

80. Янковский Н.А. Повышение эффективности внешнеэкономической деятельности крупного производственного комплекса: монографія. [Текст]/ Янковский Н.А.; Донецк: ДонГУ. — Донецьк, 2000. — 430 с.

81. Яценко В. М. Фінансовий аналіз: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. [Текст] / В. М. Яценко, О. М. Шинкаренко, Н. М. Бразілій. — Черкаси: ЧДТУ, 2010. — 267 с.

82. Яценко Р.М. Моделювання цінової політики підприємства в умовах нестаціонарного середовища: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.11 [Текст] / Р.М. Яценко ; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2007. — 20 с. — укр.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВА ЛІТЕРАТУРА

83. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 р., № 2755-VI. [Електронний ресурс]. — Доступний з http://www.zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi.

84. Инструкция по применению Плана счетов бухгалтерского учета активов, капитала, обязательств и хозяйственных операций предприятий и организаций, утв. Приказом Минфина Украины от 30.11.1999 г. №291. [Текст] // Бизне-Бухгалтерия , 2007. — 226 с.

85. Концепція розкриття інформації на фондовому ринку України: рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку станом на 05.07.06 р. № 570, зі змінами. [Текст]: офіц. вид. / Верховна Рада України. — К.: Закони та постанови, 2006. — 120 с. — (Бібліотека офіційних видань).

86. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій від 23.02.98 № 22: за станом на 01.02.1998 р. [Текст]/ Агентство з питань запобігання банкрутству // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. — 1998. — № 7. — С. 5 — 16. — (Бібліотека офіційних видань).

87. Методика оцінки майна: постанова Кабінету Міністрів України станом на 10. 12. 2003 р. № 1891 [Текст]: офіц. вид. / Верховна Рада України . — К. : Закони та постанови, 2003. — 121 с. — (Бібліотека офіційних видань).

88. Національний стандарт № 2 «Оцінка нерухомого майна»: постанова Кабінету Міністрів України станом на 28.10.2004 № 1442 [Текст]: офіц. вид. / Верховна Рада України. — К. : Закони та постанови, 2004. — 120 с. — (Бібліотека офіційних видань).

89. Національний стандарті № 1 «Загальні принципи оцінки майна і майнових прав»: постанова Кабінету Міністрів України станом на 10.09.2003 р. № 1440 [Текст]: офіц. вид. / Верховна Рада України. — К. : Закони та постанови, 2003. — 121 с. — (Бібліотека офіційних видань).

90. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31.03.99г. № 87. [Текст] // Бухгалтерський облік і аудит. — № 6. — 2002. — с. 23.

91. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 12 «Фінансові інвестиції», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 26.04.2000 р. № 91 [Текст] // Бухгалтерський облік і аудит. — № 5. — 2000. — с. 18.

92. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31.03.99г. № 87. [Текст] // Бухгалтерський облік і аудит. — № 4. — 2007. — с. 27.

93. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 г. № 92 [Текст] // Бухгалтерський облік і аудит. — № 5. — 2000. — с. 68

94. Положення про порядок застосування до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України і до іноземних суб'єктів господарської діяльності спеціальних санкцій, передбачених статтею 37 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»: затв. Мінекономіки України станом на 17.04.2000 № 52, зі змінами. [Текст]: офіц. вид. / Верховна Рада України. — К. : Закони та постанови, 2000. — 149 с. — (Бібліотека офіційних видань).

95. Про затвердження Положення про Національне агентство екологічних інвестицій України : постанова від 30.07 2007 р. № 977 [Текст]/ Каб. Міністрів України // Офіційний вісник України. — 2007. — № 57. — Ст. 2279, с. 14.

96. Про затвердження Правил визначення уповноваженим рейтинговим агентством рейтингової оцінки за Національною рейтинговою шкалою економіки, суб'єктів господарювання: рішення від 21.05.2007 р. № 1042 [Текст]/ Держ. комісія з цін. паперів та фонд. ринку // Офіційний вісник України. — 2007. — № 43. — Ст. 1742, с. 115.

97. Про зовнішньоекономічну діяльність: закон України станом на 16.04.91 р. № 959-XII, зі змінами [Текст]: офіц. вид. / Верховна Рада України. — К. : Закони та постанови, 1991. — 100 с. — (Бібліотека офіційних видань).

98. Про інвестиційну діяльність: закон України за станом на 1 січня 1992 р.: офіц. вид. [Текст] / Верховна Рада України . — К. : Закони та постанови, 1992. — 120 с. — (Бібліотека офіційних видань).

99. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні: закон України станом на 12.07.2001 р. № 2658-III. [Текст]: офіц. вид. / Верховна Рада України . — К. : Закони та постанови, 2001. — 119 с. — (Бібліотека офіційних видань).

100. Про схвалення Концепції створення системи рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб'єктів господарювання: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04 2004 р. № 208-р. // Офіційний вісник України. — 2004. — № 14. — Ст. 976. — С. 320.

101. Про типові платіжні умови зовнішньоекономічних договорів (контрактів) і типові форми захисних застережень до зовнішньоекономічних договорів (контрактів), які передбачають розрахунки в іноземній валюті: постанова Кабінету Міністрів України і Національного банку України станом на 21.06.95 р. № 444. [Текст]: офіц. вид. / Верховна Рада України. — К. : Закони та постанови, 1995. — 130 с. — (Бібліотека офіційних видань).

102. Про утворення Державного агентства України з інвестицій та інновацій : постанова від 16.05 2007 р. № 749–2007-п [Текст]/ Каб. Міністрів України // Офіційний вісник України. — 2007. — № 37. — Ст. 1497, с. 236.

103. Про утворення Міжвідомчої ради з питань інвестицій та інноваційного розвитку : постанова від 07.03 2007 р. № 424 [Текст]/ Каб. Міністрів України // Офіційний вісник України. — 2007. — № 18. — Ст. 732, с. 104.

104. Про утворення Ради інвесторів при Кабінеті Міністрів України : постанова від 24.01.2007 р. № 37 / Каб. Міністрів України // Офіційний вісник України. — 2007. — № 6. — Ст. 214, с. 37.

НАУКОВІ ПЕРІОДИЧНІ ВИДАННЯ

105. Андрієнко Н. Оцінювання кредитоспроможності позичальника як метод мінімізації кредитного ризику банку / Н.Андрієнко // Наука молода. — 2007. — №8. — С. 70-75.

106. Благодєтєлєва-Вовк С. Л. Методики розрахунку можливостей розвитку і можливостей занепаду в грошовому еквіваленті та визначення стану ефективності діяльності промислових підприємств [Електронний ресурс]. — Доступний з http://www.blagodeteleva-vovk.com/economics/mehanobr/2.htm

107. Блонська В.І. Методичні підходи до оцінки потенціалу підприємства у ході формування стратегічних переваг [Текст] / В.І.Блонська, С.Я. Нагірна// Науковий вісник НЛТУ України. — 2009. — Вип. 19.2. С. 150 — 155.

108. Даньків Й.Я. Алгоритм прийняття управлінських рішень на основі аналізу спеціалізованої фінансової звітності [Текст] / Й.Я. Даньків, Я.В. Шеверя // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. — 2008. — № 10 (128). — Ч. 2. — С.45-53.

109. Економічний розвиток підприємства в умовах фінансової кризи [Електронний ресурс]. — Доступний з http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php? ELEMENT_ID=41130

110. Жежера М. Порівняльна характеристика методики проведення аналізу фінансового стану підприємств в Україні та закордоном [Текст] / М. Жежера //Економіка, фінанси, право. — 1999. — № 5. — С.12.

111. Загайнова Ю.В. Финансовый леверидж как показатель оптимальности структуры капитала компании / Ю.В. Загайнова // Научные записки НГУЭУ. — 2007. — №4. — С.51-58.

112. Івко А.В. Ефект фінансового левереджу як інструмент управління структурою капіталу / А.В. Івко // Культура народов Причерноморья. — 2006. — № 80. — С. 58-60.

113. Караван Н.А. Ефект фінансового левериджу в процесах оптимізації позикових коштів / Н.А. Караван // Культура народов Причерноморья. — 2006. — №80. — С. 64-67.

114. Кіндрацька Г.І. Структуризація економічного аналізу діяльності підприємства: управлінський підхід [Текст] / Г.І. Кіндрацька, А.Г. Загородній, М.С. Білик // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — Сер.: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. — 2007. — № 606. — С.466-472.

115. Комплексна оптимізація та економічний аналіз діяльності підприємств [Електронний ресурс]. — Доступний з http://igni.com.ua/content/13-комплексна-оптимізація-та економічний-аналіз-діяльності-підприємств

116. Косова Т.Д. Розробка критеріїв оцінки кредитоспроможності позичальника при наданні довгострокових кредитів / Т.Д. Косова // Торгівля і ринок України. — Донецьк: ДонДУЕТ. — 2003. — Вип. 15. — Т.ІІІ. — С.53-60.

117. Косова Т.Д. Фондові операції підприємств у контексті ефективності корпоративного управління / Т.Д. Косова // Вісник ДонНУЕТ. — 2007. — №4 (36). — С.170-181.

118. Кузьмін О.Є. Діагностика потенціалу підприємства [Текст] / О.Є Кузьмін, О.Г. Мельник// Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2011. — № 1. С. 155 — 166.

119. Ладонько Л.С. Використання бенчмаркінгу у формуванні конкурентоспроможності профілю підприємства [Текст] / Л.С. Ладонько, І.В. Калінько, Г.В. Старченко // Науковий вісник ЧДІЕУ. — 2010. — №4 . — С.163-172.

120. Маринич І.А. Сучасні підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства [Текст] / І.А. Маринич, І.І. Дзіковська// Науковий вісник НЛТУ України. — 2010. − Вип. 20.15. с. 105 — 108.

121. Мороз Л.І Шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / Л.І. Мороз, О.Р. Адельшінова // Вісник національного університету «Львівська політтехніка». — 2008. — № 611. — С.147-155.

122. Олексюк О.І. Технологія оцінки результативності діяльності підприємства [Текст] // Збірник наукових праць ЧБТУ. — 2009. — №22. — С. 169—173.

123. Погорєлов Ю. С. Розвиток підприємства: поняття та види [Текст] // Культура народов Причерноморья. — 2006. — №88. — С. 75-81.

124. Сіменко І. Принципи економічного аналізу: дослідження питань класифікації [Текст] / І. Сіменко // Економічний аналіз. — 2008. — № 2 (18). — С. 23–27.

125. Слободян Н.Г. Стратегічний аналіз конкурентних позицій [Текст] / Н.Г. Слободян // Харчова промисловість. — 2008. — № 7. — С. 171— 174.

126. Сопов І. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства [Текст] / І. Сопов // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 1. — С. 68-75

127. Сухарев П.М. Системний підхід до визначення сутності фінансового потенціалу підприємства [Текст] / П.М. Сухарев, О.О. Батлукова // Торгівля і ринок України: Темат. зб. наук. пр. — Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. – Вип. 19, т. 2. — С. 110-115.

128. Шеремета М. Майно підприємства: сутність, класифікація та принципи його формування [Текст] / Михайло Шеремета, Марія Шеремета // Економічний аналіз. — 2008. — вип. 2(18) — С. 295-298.

129. Язлюк Б.О. Методика аналізу інвестиційних і інноваційних проектів та влив на фінансову ефективність підприємства [Текст] / Б.О. Язлюк, В.С. Здреник// Міжнародний збірник наукових праць. — 2011. — Випуск 1(19). С. 437 — 448.

Глосарій

А

Аналіз (від грецького слова *«analisys»* — «розділяю», «розчленовую») є розчленовуванням явища або предмета на складові частини (елементи) для їхнього вивчення.

Аналіз SWOT — дозволяє інтегрувати оцінку внутрішньо організаційного потенціалу і виявити фактори зовнішнього середовища.

Аналіз господарської діяльності — це система спеціальних знань, що пов'язані: а) з дослідженням економічних процесів у їх взаємозв'язку, що складаються під впливом об'єктивних економічних законів; б) з науковими обгрунтуваннями бізнес-планів, з об'єктивною оцінкою їх виконання; в) виявленням позитивних та негативних факторів і кількісним вимірюванням їх дії; г) з розкриттям тенденцій та пропорцій господарського розвитку, з визначенням невикористаних внутрішньогосподарських резервів; д) з узагальненням передового досвіду, з прийняттям управлінських рішень.

Асортимент — перелік видів продукції, які виробляються, із зазначенням обсягів випуску.

Б

Бізнес-процес — сукупність бізнес-операцій, певна кількість внутрішніх видів діяльності, що починаються з одного або більше входів і закінчуються створенням продукції, необхідної клієнту (клієнт — не обов'язково зовнішній відносно підприємства споживач, це може бути підрозділ організації або конкретний працівник).

Бухгалтерський баланс являє собою моментальний знімок фінансово-господарського стану фірми на певну дату.

В

Валовий прибуток (збиток) — різниця між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг).

Вартість — це грошовий еквівалент цінності об'єкта, який покупець готовий обміняти на право власності на цей об'єкт.

Векселі видані — сума заборгованості, на яку підприємство видало векселі на забезпечення поставок (робіт, послуг) постачальників, підрядчиків та інших кредиторів;

Векселі одержані — заборгованість покупців, замовників та інших дебіторів за відвантажену продукцію (товари), інші активи, виконані роботи та надані послуги, яка забезпечена векселями.

Визначення еталона (бенчмаркінг) — припускає оцінку визначеної діяльності стосовно еталона у своїй чи якій-небудь іншій організації.

Вилучений капітал — фактична собівартість акцій власної емісії або часток, викуплених акціонерним товариством у його учасників; передача майна державними (казенними) та комунальними підприємствами (у балансі наводиться в дужках та вираховується при визначенні підсумку власного капіталу).

Виробничі запаси — вартість запасів, малоцінних та швидкозношуваних предметів сировини, основних і допоміжних матеріалів, палива, покупних напівфабрикатів і комплектуючих виробів, запасних частин, тари, будівельних матеріалів та інших матеріалів, призначених для споживання в ході нормального операційного циклу.

Витрати на товар виробництва — це сума вартості сировини і енергії, витрати на обслуговування і робочу силу.

Відстрочені податкові зобов'язання — сума податків на прибуток, що підлягають сплаті в майбутніх періодах внаслідок тимчасової різниці між обліковою та податковою базами оцінки.

Власний капітал — частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань.

Власні оборотні кошти (власний оборотний капітал, робочий капітал, функціонуючий капітал) — це сума власного капіталу, вкладена в оборотні активи. Розраховується двома способами: 1) різниця суми власного капіталу, довгострокових зобов'язань і необоротних активів; 2) різниця оборотних активів і поточних зобов'язань.

Внутрішня вартість — це оптова ціна на цій товар усередині країни.

Внутрішня норма рентабельності (IRR) (internal rate of return) — норма дисконту, при якій дисконтована вартість надходження чистого грошового потоку дорівнює дисконтованій вартості інвестицій.

Внутрішньогосподарський аналіз — вивчає діяльність тільки досліджуваного підприємства і його структурних підрозділів.

Г

Галузевий аналіз — методика якого враховує специфіку окремих галузей економіки (промисловості, сільського господарства, будівництва, транспорту, торгівлі тощо).

Готова продукція — запаси виробів на складі, обробка яких закінчена та які пройшли випробування, приймання, укомплектовані згідно з умовами договорів із замовниками і відповідають технічним умовам і стандартам. Продукція, яка не відповідає наведеним вимогам (крім браку), та роботи, які не прийняті замовником, показуються у складі незавершеного виробництва.

Грошові кошти та їх еквіваленти — кошти в касі, на поточних та інших рахунках у банках, які можуть бути використані для поточних операцій, а також еквіваленти грошових коштів.

Д

Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги — заборгованість покупців або замовників за надані їм продукцію, товари, роботи або послуги (крім заборгованості, яка забезпечена векселем).

Детермінований аналіз — вивчення прямих зв'язків, коли зв'язок між результативним і факторними показниками функціональний.

Діагностика фінансово-господарської діяльності підприємства — виявлення патологічних змін в досліджуваній системі і встановлення діагнозу.

Діалектичний метод — дослідження всіх явищ в їх взаємозв'язку та русі, зміні та розвитку, при цьому розвиток розуміють як боротьбу протилежностей на засаді об'єктивних законів реальної дійсності.

Довгострокові зобов'язання — всі зобов'язання, які не є поточними зобов'язаннями.

Довгострокові кредити банків — сума заборгованості підприємства банкам за отриманими від них позиками, яка не є поточним зобов'язанням.

Додатковий вкладений капітал — сума, на яку вартість реалізації випущених акцій акціонерними товариствами перевищує їхню номінальну вартість. Інші підприємства відображають у цій статті суму капіталу, який вкладено засновниками понад статутного капіталу.

Доходний підхід заснований на очікуваннях власника щодо майбутніх вигод від володіння бізнесом.

Е

Економічна інформація: 1) відомості, дані, значення економічних показників, що є об'єктом зберігання, обробки, передачі і використання в процесі аналізу та вироблення економічних рішень в управлінні; 2) один з видів ресурсів, що використовується в економічних процесах, отримання якого вимагає витрат часу й інших видів ресурсів, у зв'язку з чим ці витрати варто включати у витрати виробництва.

Економічність (вартість) використання методу — характеризує витрати ресурсів, витрачених для цих цілей.

Ефективність інвестування визначається тим, наскільки швидко вкладені кошти обертаються в процесі діяльності підприємства.

З

Забезпечення наступних витрат і платежів — нараховані у звітному періоді майбутні витрати та платежі (витрати на оплату майбутніх відпусток, гарантійні зобов'язання тощо), величина яких на дату складання балансу може бути визначена тільки шляхом попередніх (прогнозних) оцінок, а також залишки коштів цільового фінансування і цільових надходжень, які отримані з бюджету та інших джерел.

Збалансованість методів **—** на різних етапах узагальнення визначаються взаємозалежні методи.

Звичайна діяльність — будь-яка основна діяльність підприємства, а також операції, що її забезпечують або виникають внаслідок її проведення.

Змінні загальновиробничі витрати — витрати на обслуговування й управління виробництвом (цехів, дільниць), що змінюються прямо (або майже прямо) пропорційно до зміни обсягу діяльності.

Зобов'язання — заборгованість підприємства, яка виникла внаслідок минулих подій і погашення якої, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють в собі економічні вигоди. Зобов'язання можуть носити довго— і короткостроковий характер.

І

Інвестиції являють собою вкладення капіталу з метою подальшого його збільшення, тобто інвестиції можуть розглядатися як рушійна сила самозростання вартості капіталу суб'єкта господарювання і, відповідно, подальшого економічного зростання в масштабі держави.

Інвестиційна діяльність — придбання та реалізація тих необоротних активів, а також тих фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів грошових коштів.

Індекс доходності являє собою співвідношення між *NPV* і сумою інвестиційних витрат.

Інформаційне забезпечення: 1) інформація, яка необхідна для управління економічними процесами, та яка міститься в базах даних інформаційних систем; 2) створення інформаційних умов функціонування системи, забезпечення необхідною інформацією, включення в систему засобів пошуку, отримання, збереження, накопичення, передавання, обробки інформації, організація банків даних.

Інформація (лат.) — «пояснення», «викладення», «повідомлення».

Інший додатковий капітал — сума дооцінки необоротних активів, вартість необоротних активів, безкоштовно отриманих підприємством від інших юридичних або фізичних осіб, та інші види додаткового капіталу.

Інші довгострокові зобов'язання — сума довгострокових зобов'язань, які не можуть бути включені до інших статей розділу «Довгострокові зобов'язання».

Інші довгострокові фінансові зобов'язання — сума довгострокової заборгованості підприємства щодо зобов'язання із залучення позикових коштів (крім кредитів банків), на які нараховуються відсотки.

К

Капітал **—** це кошти, якими володіє підприємство для здійснення своєї діяльності з метою одержання прибутку.

Категорії економічного аналізу — це загальні, ключові поняття даної науки: фактори, резерви, модель, результативний показник, відсоток, дисконт, фінансовий результат, капітал, зобов'язання, активи, грошовий потік, леверидж тощо.

Конкурентоспроможність — це здатність об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним певної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку.

Конкурентоспроможність товарів і послуг — це наявність переваг порівняно з аналогічними товарами і послугами інших виробників за техніко-економічними факторами.

Короткострокові кредити банків — сума поточних зобов'язань підприємства перед банками за отримані від них позики.

Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги — сума заборгованості постачальникам і підрядникам за матеріальні цінності, виконані роботи та отримані послуги (крім заборгованості, забезпеченої векселями).

М

Майно — це активи, об'єктами яких вважаються окрема річ, сукупність речей, а також майнові права та обов'язки. Майно може розглядатися як поняття, що має матеріальний субстрат, тобто бути фактично тотожним поняттю «речі», але може і не мати такого субстрату (майнові права та обов'язки), тобто відносини, що мають матеріальний зміст.

Майновий підхід заснований на уявленні про підприємство як цілісний майновий комплекс, вартість якого визначається вартістю всіх його активів, оцінених окремо, за винятком зобов'язань.

Маржинальний прибуток — це показник, який характеризує частину виручки, що спрямовується на заміщення умовно постійних витрат і формування валового прибутку:

Матеріаловіддача **(*Мв*)** — відношення обсягу випущеної продукції до загальної суми матеріальних витрат.

Матеріалоємність **(*Мє*)** — відношення загальної суми матеріальних витрат до обсягу випущеної продукції.

Матеріально-речовинні елементи — земельні ділянки, будинки, споруди, машини, обладнання, сировина, напівфабрикати, готові вироби, грошові кошти.

Матрична модель — це прямокутна таблиця, елементи (клітинки) якої відображають взаємозв'язок об'єктів.

Метод аналізу господарської діяльності — науково обґрунтована система теоретико-пізнавальних категорій, принципів, способів та спеціальних прийомів дослідження, що дають змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення і базуються на діалектичному методі пізнання.

Метод морфологічного аналізу — заснований на комбінаториці — систематичному дослідженні та узагальненні всіх теоретично можливих варіантів, що виходять із закономірностей будівлі (морфології) аналізованого об'єкта.

Метод порівняння. Застосовується для підрахунку величини резервів інтенсивного характеру, коли втрати ресурсів або можлива їх економія визначається в порівнянні з плановими нормами, або з мінімальними витратами на одиницю продукції.

Метод прямого рахунку. Застосовується для підрахунку резервів екстенсивного характеру, коли відома величина додаткового залучення або величина безумовних втрат ресурсів.

Методи детермінованого факторного аналізу: ланцюгової підстановки, абсолютних різниць, інтегральний метод.

Методи розширення або подовження факторної моделі — розкладання початкових показників у факторну систему з різним ступенем деталізації, що задає межі виявлення і оцінки внутрішньогосподарських резервів.

Методи узагальнення результатів аналізу господарської діяльності підприємства — це методи реалізації об'єктивних законів, властивих даному процесу (законів мислення, економічних законів в економічній сфері, законів, що визначають взаємозв'язки засобів праці й організації діяльності ОПР з людьми як елементами цієї організації з урахуванням соціально-психологічних відносин, і т.д.).

Методика аналізу господарської діяльності — сукупність правил, прийомів і способів для доцільного виконання аналітичної економічної роботи.

Модель методики оцінки інвестиційної привабливості — дозволяє виділити основні інформаційні, технологічні, організаційні зв'язки, розробити варіанти оптимального напрямку аналізу й експертної оцінки.

Н

Надзвичайна подія — подія або операція, яка відрізняється від звичайної діяльності підприємства, та не очікується, що вона повторюватиметься періодично або в кожному наступному звітному періоді.

Накладні витрати щодо експорту й імпорту товарів — це витрати на транспортування товару, його перевантаження та зберігання.

Наступний (ретроспективний) економічний аналіз — проводиться після здійснення господарських операцій. Він використовується для моніторингу реалізації економічної стратегії підприємства, виконання плану, виявлення невикористаних резервів, об'єктивної оцінки результатів діяльності підприємств.

Незавершене виробництво — витрати на незавершене виробництво і незавершені роботи (послуги), а також вартість напівфабрикатів

власного виробництва і валова заборгованість замовників за будівельними контрактами.

Нематеріальні елементи — назва і репутація фірми, коло постійних клієнтів, використовувані товарні знаки, навички керівництва, кваліфікація персоналу, запатентовані способи виробництва, ноу-хау, авторські права, контракти, що можуть бути продані або передані.

Неоплачений капітал — сума заборгованості власників (учасників) за внесками до статутного капіталу (наводиться в дужках та вираховується при визначенні підсумку власного капіталу).

Нерозподілений прибуток — прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати в бюджет податку на прибуток.Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) — сума нерозподіленого прибутку або непокритого збитку (у балансі наводиться в дужках та вираховується при визначенні підсумку власного капіталу).

Номенклатура випуску характеризує тільки кількість, різноманітність продукції, що виробляється на підприємстві.

Нормативний прогноз — визначення шляхів і строків досягнення можливих станів явища, прийнятих за мету. Мається на увазі прогнозування досягнення бажаних станів на основі заздалегідь заданих норм, ідеалів, стимулів, цілей.

О

Об'єкт аналізу — основна (звичайна) діяльність підприємства та її економічні результати.

Оборотні активи — грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу.

Оборотність коштів — тривалість проходження ними окремих стадій операційного циклу.

Операційна діяльність — основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою діяльністю.

Операційний цикл — проміжок часу між придбанням запасів для здійснення діяльності та отриманням коштів (еквівалентів грошових коштів) від реалізації виробленої з них продукції або товарів і послуг.

Оптимізація — процес надання будь-чому найвигідніших характеристик, співвідношень; знаходження найкращого варіанта.

Основна діяльність — операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу.

Оформлення результатів аналізу господарської діяльності здійснюється за допомогою двох форм: описової і безтекстової.

Оцінка інвестиційної привабливості підприємства передбачає аналіз його операційної діяльності за групами, передбаченими методикою інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій.

П

Пайовий капітал — сума пайових внесків членів спілок та інших підприємств, що передбачена установчими документами.

Переоцінена вартість активів — вартість, за якою активи відображаються в передавальному балансі підприємства, складеному на дату оцінки, у тому числі активи, що підлягали переоцінці на засадах незалежної оцінки.

Підсумковий (заключний) аналіз — проводиться за звітний період часу (місяць, квартал, рік).

Платіжний баланс — це співвідношення платежів країни закордон за певний період (рік, квота, місяць). Він дозволяє аналізувати взаємовідносини країни з зовнішнім світом.

Попередній аналіз господарської діяльності — проводиться до здійснення господарських операцій. Він необхідний для обґрунтування управлінських рішень і планових завдань, а також для розробки економічної стратегії підприємства.

Порівняльний (ринковий) підхід заснований на тому, що аналогічні підприємства повинні продаватися за подібними цінами.

Порівняльний аналітичний баланс дозволяє звести докупи і класифікувати розрахунки, які проводить аналітик при ознайомленні з балансом.

Постійні загальновиробничі витрати — витрати на обслуговування й управління виробництвом, що залишаються незмінними (або майже незмінними) при зміні обсягу діяльності.

Потенціал — можливості, наявні сили, запасу, засобу, що можуть бути використані. Синонімом терміну «потенціал» є поняття «резерв».

Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями — сума довгострокових зобов'язань, яка підлягає погашенню протягом дванадцяти місяців з дати балансу.

Поточні біологічні активи — вартість поточних біологічних активів тваринництва (дорослі тварини на відгодівлі і в нагулі, птиця, звірі, кролики, дорослі тварини, вибракувані з основного стада для реалізації, молодняк тварин на вирощуванні і відгодівлі) в оцінці за справедливою або первісною вартістю, а також рослинництва (зернові, технічні, овочеві та інші культури) в оцінці за справедливою вартістю, облік яких ведеться за П(С)БО 30 «Біологічні активи».

Поточні зобов'язання — зобов'язання, які будуть погашені протягом операційного циклу підприємства або повинні бути погашені протягом дванадцяти місяців, починаючи з дати балансу.

Поточні фінансові інвестиції — фінансові інвестиції на строк, що не перевищує один рік, які можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент (крім інвестицій, які є еквівалентами грошових коштів).

Початкова вартість майна — вартість, з якої розпочинається продаж майна встановленими законодавством способами, що передбачають конкуренцію покупців.

Пошуковий прогноз — визначення можливих станів об'єкта в майбутньому.

Практична застосовність методу — визначається умовами і можливостями, що характеризують його застосування.

Предмет аналізу господарської діяльності — причинно-наслідкові зв'язки економічних процесів діяльності підприємств.

Предмет прогнозування — це дослідження перспектив розвитку явищ.

Прибуток — це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати.

Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування — алгебраїчна сума прибутку (збитку) від основної діяльності, фінансових та інших доходів (прибутків), фінансових та інших витрат (збитків).

Прибуток (збиток) від операційної діяльності — алгебраїчна сума валового прибутку (збитку), іншого операційного доходу, адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат.

Прибуток від звичайної діяльності визначається як різниця між прибутком від звичайної діяльності до оподаткування та сумою податків з прибутку. Збиток від звичайної діяльності дорівнює збитку від звичайної діяльності до оподаткування та сумі податків на прибуток.

Прийняття рішення — це процес, який починається з констатації виникнення проблемної ситуації та завершується вибором рішення, тобто вибором дії, яка спрямована на усунення проблемної ситуації.

Прогноз — оцінка майбутньої діяльності.

Прогнозування — це вид передбачення, оскільки його суб'єкти отримують інформацію про майбутнє.

Р

Резерв**:** 1) запаси ресурсів, що необхідні для безперебійної роботи підприємства; 2) можливості підвищення ефективності господарської діяльності.

Резервний капітал — сума резервів, створених, відповідно до чинного законодавства або установчих документів, за рахунок нерозподіленого прибутку підприємства.

Рейтинг (оцінка, віднесення до класу, розряду, категорії) — це оцінка позиції аналізованого об'єкта за шкалою показників.

Рентабельність реалізованої продукції — відношення валового прибутку (або чистого прибутку) до виручки від реалізації продукції.

Рентабельність*:* 1) показник економічної ефективності виробництва на підприємствах у різних галузях національної економіки; 2) рівень прибутковості, що вимірюється у коефіцієнтах або відсотках.

Ресурсовіддача показує обсяг виручки від реалізації продукції (робіт, послуг), що припадає на одну грошову одиницю коштів, вкладених у діяльність підприємства.

Ринкова вартість — вартість, за яку можливе відчуження об'єкта оцінки на ринку подібного майна на дату оцінки за угодою, укладеною між покупцем та продавцем, після проведення відповідного маркетингу за умови, що кожна зі сторін діяла зі знанням справи, розсудливо і без примусу.

Ритмічність виробництва — це чітка, стійка і збалансована діяльність підприємства, яка дає змогу рівномірно випускати продукцію і виконувати свої зобов'язання перед споживачами.

Рівномірність виробництва — характеризує рівень організації господарської діяльності, ефективність використання обладнання, сировини і робочої сили.

С

Середня фондовіддача проекту визначається діленням середнього чистого прибутку, накопиченого за весь період експлуатації проекту, на середню залишкову вартість основних засобів, придбаних за рахунок інвестованих грошових коштів.

Системний підхід — один зі спеціальних способів наукового дослідження, за яким досліджуваний об'єкт розчленовують на елементи, що їх розглядають в єдності, тобто як систему.

Собівартість товару — це витрати підприємства на виробництво товару.

Статутний капітал — зафіксована в установчих документах загальна вартість активів, які є внеском власників (учасників) до капіталу підприємства. Підприємства, для яких не передбачена фіксована сума статутного капіталу, відображають у цій статті суму фактичного внеску власників до статутного капіталу підприємства.

Стохастичний аналіз вивчення непрямих зв'язків між результативним і факторними показниками

Строк окупності інвестицій — період часу, необхідний для повернення вкладених коштів (без дисконтування), іншими словами, це період часу, за який доходи покривають витрати на реалізацію інвестиційних проектів.

Структура виробництва — це співвідношення окремих виробів у загальному обсязі виробництва, вираженому найчастіше у відсотках.

Суб'єктами інвестиційної діяльності в Україні є: інвестори, виконавці, користувачі об'єктів інвестиційної діяльності, постачальники товарно-матеріальних цінностей, устаткування й проектних розробок, юридичні особи, громадяни України, іноземні юридичні або фізичні особи, державні й міжнародні організації та ін.

Сукупна вартість цілісного майнового комплексу — сума вартості активів підприємства, що відображені у його передавальному балансі.

Т

Товари — вартість товарів без суми торгових націнок, які придбані підприємствами для наступного продажу.

Точка беззбитковості — обсяг реалізації продукції, за якого прибуток підприємства дорівнює нулю, тобто виручка від реалізації продукції відповідає валовим витратам на її виробництво та реалізацію.

Трудові ресурси підприємства — відповідна чисельність працівників, яким притаманна сукупність фізичних та духовних властивостей, що дозволяє їм працювати та задовольняти потреби підприємства у робочій силі.

У

Умовно змінні витрати — абсолютна величина яких зростає зі збільшенням обсягу випуску продукції і зменшується з його зниженням.

Умовно постійні витрати — це витрати, абсолютна величина яких зі збільшенням (зменшенням) випуску продукції істотно не змінюється.

Ф

Фактор (лат. factor — продукуючий) у процесі аналізу господарської діяльності визначається як рушійна сила, причина будь-якого процесу, явища, істотні обставини у їх визначенні.

Факторний аналіз — один із видів комплексного аналізу основної діяльності, пов'язаний з пошуком і класифікацією факторів, що впливають на економічні явища і процеси, з виявленням причинно-наслідкових зв'язків, що впливають на зміну конкретних показників основної діяльності.

Фінансова діяльність — діяльність, яка призводить до змін розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства.

Фінансова стійкість підприємства — одна з найважливіших характеристик його фінансового стану, що визначає стабільність діяльності підприємства у довгостроковій перспективі.

Фінансові інвестиції — активи, які утримуються підприємством з метою збільшення прибутку (відсотків, дивідендів тощо), зростання вартості капіталу або інших вигод для інвестора.

Фондовіддача (Фв) — показує, яка сума виконаного обсягу робіт приходиться на 1 грн. вартості основних виробничих засобів.

Фондоозброєність (Фоз) — це додатковий коефіцієнт, що показує середньорічну вартість основних засобів, які приходяться на 1 одного працюючого.

Фондорентабельність (Фр) — коефіцієнт, який показує частку прибутку, отриманого підприємством на одну гривню вкладених основних засобів.

Ч

Чиста вартість цілісного майнового комплексу — сукупна вартість цілісного майнового комплексу, зменшена на суму зобов'язань.

Чиста теперішня вартість (net present value, NPV) інвестиційного проекту визначається як величина, одержана шляхом дисконтування різниці між всіма річними відтоками та притоками реальних грошей, накопичуваних за термін економічного життя проекту.

Чистий прибуток (збиток) розраховується як алгебраїчна сума прибутку (збитку) від звичайної діяльності та надзвичайного прибутку, надзвичайного збитку та податків з надзвичайного прибутку.

Я

Якість інформації — сукупність властивостей, які обумовлюють можливість її використання для задоволення певних потреб.

Якість продукції — це сукупність властивостей продукції задовольняти певні потреби відповідно з її призначенням.

Предметний покажчик

А

Асортимент — *130*, *198*, *204*, *208 – 211*, *221*, *222*, *227*, *238*, *239*, *244*, *262*, *266*, *276*, *280*, *294*.

Б

Баланс — *26*, *52*, *53*, *58*, *63*, *93*, *101*, *113*, *115 – 117*, *120*, *139 – 149*, *153*, *155 – 157*, *177*, *185*, *195*, *196*, *283*, *297*, *313*, *322*.
Балансовий спосіб — *61*, *63*.

В

Валовий прибуток (збиток) — *96*, *97*, *105*, *165*, *166*, *169 – 171*, *173*, *174*, *305*, *313*, *315*, *316*, *318*.
Векселі — *230*, *233*, *234*.
Визначення еталона (бенчмаркінг) — *134*.
Виробничі запаси — *106*, *115*, *162*.
Власний капітал — *53*, *94*, *96*, *97*, *113 – 116*, *121*, *139 – 142*, *152*, *153*, *155*, *157*, *159*, *160*, *181*, *182*, *254*, *260*, *263*, *276*, *277*, *314*, *316*, *320 – 322*.
Внутрішня норма рентабельності — *289*.

Г

Готова продукція — *55*, *115*, *131*, *161*, *191*, *193*, *196 – 198*, *204 – 233*, *250*, *254 – 256*, *258*.
Грошові кошти та їх еквіваленти — *42*, *53*, *139 – 142*, *144*, *145*, *156*, *157*, *175 – 180*, *254*, *281*, *287*, *319*.

Д

Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги — *115*, *146*, *156*, *157*, *198*, *228*, *233*, *234*, *283*, *319*.
Детермінований аналіз — *30*, *31*, *62*, *72*, *76*, *131*, *220*.
Діалектичний метод — *13*, *14*, *26*, *27*, *59*, *129*, *279*.
Ділова активність — *267*, *298*, *299*, *302*, *326*.
Довгострокові зобов'язання — *93*, *113*, *116*, *151 – 153*, *156*, *160*, *235*, *315*.
Довгострокові кредити банків — *116*.
Доходний підхід — *150*.

Е

Економічна інформація — *41*, *42*.
Експертні методи — *20*, *21*, *64 – 66*.
Ефективність інвестування — *297*.

З

Звіт про власний капітал — *53*, *139*, *140*, *142*.
Звіт про рух грошових коштів — *53*, *139 – 141*, *177*, *283*.
Звіт про фінансові результати — *52*, *53*, *139*, *140*, *168*, *177*, *195*, *198*, *283*, *297*, *312*.
Забезпечення наступних витрат і платежів — *151*, *155*.
Загальновиробничі витрати — *172*.
Звичайна діяльність — *14*, *96*, *141*, *161*, *163*, *165*, *166*, *168*, *173*, *198*, *315*.
Зобов'язання — *52*, *53*, *59*, *93*, *113 – 118*, *139 – 142*, *149 – 157*, *178*, *179*, *202*, *204*, *211*, *221 – 223*, *228 – 234*, *252*, *254*, *270*, *299*.

І

Інвестиційна діяльність — *100*, *141*, *161*, *168*, *177*, *179*, *181*, *278 – 283*, *313*, *322*.
Індекс доходності — *290*, *291*.
Інформаційне забезпечення — *26*, *35 – 37*, *43*, *44*, *47 – 55*, *145*, *193*, *195*, *197*, *198*, *251*, *278*, *279*, *281*, *296*, *300*, *311*, *312*.

К

Капітал — *25*, *53*, *59*, *94*, *97*, *98*, *101*, *113 – 118*, *139 – 144*, *152 – 162*, *167*, *168*, *181 – 183*, *228*, *252*, *254*, *262*, *267*, *270*, *272*, *274*, *278*, *281*, *285 – 289*, *292*, *295*, *313 – 317*, *320 – 323*.
Категорії аналізу господарської діяльності — *57*.
Конкурентоспроможність підприємства — *224*, *247 – 260*, *263*, *264*, *269 – 273*.
Конкурентоспроможність продукції — *26*, *214*, *223*, *224*, *248*, *249*, *252*, *254*, *255*, *258*, *269*, *270*,
Короткострокові кредити банків — *115*, *156*, *177*.
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги — *153*, *154*.
Кредитоспроможність — *151*, *252*.

Л

Ліквідність активу — *267*, *298*, *299*.
Ліквідність підприємства — *143*, *176*, *248*, *292*.

М

Майно — *53*, *113*, *115*, *126*, *142 – 149*, *151 – 155*, *157*, *181*, *229*, *233*.
Майновий підхід — *150*.
Майновий стан — *143*, *148*, *152*, *156*, *297 – 299*, *302*.

Маржинальний прибуток — *171*.
Матеріаловіддача — *158*, *220*.
Матеріалоємність — *158*.
Матрична модель — *128*, *155*, *325*.
Матричний баланс — *155*, *156*, *157*.

Н

Надзвичайна діяльність — *161*, *168*.
Наступний (ретроспективний) економічний аналіз — *30*, *200*.
Незавершене виробництво — *115*, *233*.
Нематеріальні активи — *53*, *145*, *149*.
Нематеріальні елементи — *144*.
Нерозподілений прибуток — *94*, *168*, *182*.
Номенклатура — *199*, *204*, *208*, *210*, *249*.
Нормативний прогноз — *126*, *306*.

О

Об’єкт аналізу — *14*.
Оборотність — *118*, *228*, *248*, *254 – 256*, *258*, *262*, *301*, *318 – 320*, *322*, *323*.
Оперативний (ситуаційний) аналіз — *30*.
Операційна діяльність — *52*,*53*, *141*, *168*, *330*, *322*, *363*.
Оцінка інвестиційної привабливості підприємства — *302*, *312*, *322*, *325*.

П

Переоцінка активів — *180*.
Підсумковий (заключний) аналіз — *31*.
Платоспроможність — *176*.
Попередній аналіз — *30*.
Порівняльний (ринковий) підхід — *150*.
Порівняльний аналітичний баланс — *146*.
Пошуковий прогноз — *126*
Предмет аналізу — *14*.
Прогнозування — *6*, *124*, *126*, *135*, *278*, *296*, *299*, *349*.

Р

Резервний капітал — *181*, *182*.
Ресурсовіддача — *154*.
Ритмічність — *199*, *202*, *211 – 213*, *219*, *227*, *232*.
Рівномірність — *211*.

С

Середня фондовіддача проекту — *287*, *308*.
Статутний капітал —*123*, *153*, *156*, *181*, *182*, *188*.

Стохастичний аналіз — *31*.
Строк окупності інвестицій — *283 – 286*.
Структура виробництва — *216*, *218*.
Суб'єктами інвестиційної діяльності в Україні — *279*.

Т

Товари — *10*,*74*, *153*, *154*, *188*, *196*, *221*, *224*, *226*, *250*.
Точка беззбитковості — *171*, *184*.

У

Узагальнення результатів аналізу господарської діяльності підприємства — *13*, *37*, *40 – 51*.

Ф

Фактор — *13*, *23*.
Факторний аналіз — *13*, *30*, *31*, *62*.
Фінансова діяльність — *142*, *308*.
Фінансова стійкість підприємства — *113*.
Фінансовий леверидж — *158*, *159*, *308*.
Фінансовий стан — *14*, *98*, *115*, *118*, *138*, *141*, *152*, *181*, *228*.
Фондовіддача — *88*, *105 – 107*, *228*, *287*, *308*.
Фондоозброєність —*104 – 106*, *157*, *180*.
Фондорентабельність — *105 – 107*, *120*.
Функціонально-вартісний аналіз — *30*, *31*.

Ч

Чиста теперішня вартість — *288 – 290*.
Чистий прибуток (збиток) — *97*, *165*, *166*, *316*.

Я

Якість інформації — *46*.
Якість — *227*, *239*, *250*, *254 – 258*, *266*, *268*, *290*, *305*.

Додатки

Додаток А

НОРМАТИВНІ МЕТОДИКИ АНАЛІТИЧНОЇ ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

№	Назва	Ким и коли прийнята	Стислий зміст
1	Методика проведення поглибленого аналізу фінансового-господарського положення неплатоспроможних підприємств та організацій.	Наказ Агентства з питань запобігання банкрутства підприємств та організацій № 81 від 27.06.1997 р.	Розкриває методику аналізу за наступними напрямками: оцінка фінансового стану, аналіз виробничо-господарської діяльності, тощо.
2	Методичні рекомендації по аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій.	Лист Державної податкової адміністрації України №759/10/20-2117 від 27.01.1998 р.	Розглядає методику аналітичної оцінки обсягу та динаміки виробництва та реалізації продукції (за видами діяльності підприємств); динаміку та структуру витрат виробництва.
3	Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій	Наказ Агентства з питань запобігання банкрутства підприємств та організацій №22 від 23.02.1998 р.	Описує методику інтегральної оцінки, яка передбачає врахування: майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, прибутковості, ділової активності та ринкової активності.
4	Методичні рекомендації щодо проведення аналізу фінансового стану підприємства-боржника при отриманні відстрочок (розстрочок).	Лист Державної податкової адміністрації України №7141/10/20-0017 від 15.06.1998 р.	Передбачає аналітичну оцінку підприємств за наступними напрямками: кредитоспроможність, структура капіталу, забезпечення кредиту.
5	Методичні рекомендації з організації кабінетного аудиту (для юридичних осіб).	Наказ Державної податкової адміністрації України №567 від 25.11.2002 р.	Розкриває методику аналізу діяльності суб'єктів господарювання по наступних аспектах: фінансовий стан; використання власних та залучених коштів; фінансова стійкість; структура активів та ефективність їх використання; платоспроможність та ліквідність; фінансовий результат; використання прибутку.

Додаток Б

РІЧНА ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ

			Коди
		Дата	01.01.2012
Підприємство	Закрите акціонерне товариство «Продмаш»	за ЄДРПОУ	32813078
Територія		за КОАТУУ	0110136300
Форма власності	Приватна	за КФВ	10
Орган державного управління	Підприємства України, засновані фізичними особами	за СПОДУ	7774
Галузь	д/н	за ЗКГНГ	0
Вид економічної діяльності	Виробництво інших машин та устаткування загального призначення	за КВЕД	29.24.2
Одиниця виміру:	тис. грн.	Контрольна сума	
Адреса:	д/н Автономна Республіка Крим — 95006 м. Сімферополь вул. Євпаторійське шосе 8		

БАЛАНС НА 31.12.2011

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
І. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:			
— залишкова вартість	010	2	2
— первісна вартість	011	2	2
— накопичена амортизація	012	(0)	(0)
Незавершені капітальні інвестиції	020	252	287
Основні засоби:			
— залишкова вартість	030	5354	5124
— первісна вартість	031	8368	8378
— знос	032	(3014)	(3254)

Продовження дод. Б

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
Довгострокові біологічні активи:			
— справедлива (залишкова) вартість	035	0	0
— первісна вартість	036	0	0
— накопичена амортизація	037	(0)	(0)
Довгострокові фінансові інвестиції:			
— які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	040	0	0
— інші фінансові інвестиції	045	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	050	0	0
Справедлива (залишкова) вартість інвестиційної нерухомості	055	0	0
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	056	0	0
Знос інвестиційної нерухомості	057	(0)	(0)
Відстрочені податкові активи	060	0	0
Гудвіл	065	0	0
Інші необоротні активи	070	0	0
Усього за розділом I	080	5608	5413
II. Оборотні активи			
Виробничі запаси	100	687	762
Поточні біологічні активи	110	0	0
Незавершене виробництво	120	6144	6394
Готова продукція	130	2060	2651
Товари	140	434	375
Векселі одержані	150	0	0
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:			
— чиста реалізаційна вартість	160	2767	366
— первісна вартість	161	2767	366
— резерв сумнівних боргів	162	(0)	(0)

Продовження дод. Б

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
Дебіторська заборгованість за рахунками:			
— за бюджетом	170	0	0
— за виданими авансами	180	46	44
— з нарахованих доходів	190	0	0
— із внутрішніх розрахунків	200	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	210	504	481
Поточні фінансові інвестиції	220	0	0
Грошові кошти та їх еквіваленти:			
— в національній валюті	230	43	8
— у т.ч. в касі	231	0	0
— в іноземній валюті	240	0	0
Інші оборотні активи	250	244	277
Усього за розділом II	260	12929	11358
III. Витрати майбутніх періодів	270	1	0
IV. Необоротні активи та групи вибуття	275	0	0
Баланс	280	18538	16771

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал			
Статутний капітал	300	9428	9428
Пайовий капітал	310	0	0
Додатковий вкладений капітал	320	0	0
Інший додатковий капітал	330	0	0
Резервний капітал	340	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	350	-4157	-4369
Неоплачений капітал	360	(0)	(0)
Вилучений капітал	370	(0)	(0)
Усього за розділом I	380	5271	5059

Продовження дод. Б

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
II. Забезпечення таких виплат та платежів			
Забезпечення виплат персоналу	400	34	34
Інші забезпечення	410	0	0
Сума страхових резервів	415	0	0
Сума часток перестраховиків у страхових резервах	416	0	0
Залишок сформованого призового фонду, що підлягає виплаті переможцям лотереї	417	0	0
Залишок сформованого резерву на виплату джекпоту, не забезпеченого сплатою участі у лотереї	418	0	0
Цільове фінансування	420	172	195
Усього за розділом II	430	206	229
III. Довгострокові зобов'язання			
Довгострокові кредити банків	440	0	0
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	450	5634	7825
Відстрочені податкові зобов'язання	460	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	470	0	0
Усього за розділом III	480	5634	7825
IV. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	500	0	0
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510	0	0
Векселі видані	520	0	0
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	2714	201
Поточні зобов'язання за розрахунками:			
— з одержаних авансів	540	290	238
— з бюджетом	550	330	655
— з позабюджетних платежів	560	2	1

Продовження дод. Б

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
— зі страхування	570	1677	199
— з оплати праці	580	408	436
— з учасниками	590	0	0
— із внутрішніх розрахунків	600	0	0
Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами та групами вибуття, утримуваними для продажу	605	0	0
Інші поточні зобов'язання	610	2006	1928
Усього за розділом IV	620	7427	3658
V. Доходи майбутніх періодів	630	0	0
Баланс	640	18538	16771

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ за 2011 рік

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	6091	8542
Податок на додану вартість	015	(322)	(642)
Акцизний збір	020	(0)	(0)
	025	(0)	(0)
Інші вирахування з доходу	030	(17)	(416)
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	035	5752	7484
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(4501)	(6147)
Валовий прибуток:			
— прибуток	050	1251	1337
— збиток	055	(0)	(0)

Продовження дод. Б

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Інші операційні доходи	060	4669	5787
У т.ч. дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції, одержаних у наслідок сільськогосподарської діяльності	061	0	0
Адміністративні витрати	070	(2576)	(2812)
Витрати на збут	080	(308)	(352)
Інші операційні витрати	090	(3950)	(5638)
У т.ч. витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції, одержаних у наслідок сільськогосподарської діяльності	091	(0)	(0)
Фінансові результати від операційної діяльності:			
— прибуток	100	0	0
— збиток	105	(914)	(1678)
Дохід від участі в капіталі	110	0	0
Інші фінансові доходи	120	803	0
Інші доходи	130	0	1069
Фінансові витрати	140	(101)	(0)
Втрати від участі в капіталі	150	(0)	(0)
Інші витрати	160	(0)	(962)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	165	0	0
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:			
— прибуток	170	0	0
— збиток	175	(212)	(1571)
У т.ч. прибуток від припиненої діяльності та/або прибуток від переоцінки необоротних активів та групи вибуття у наслідок припинення діяльності	176	0	0
У т.ч. збиток від припиненої діяльності та/або збиток від переоцінки необоротних активів та групи вибуття у наслідок припинення діяльності	177	(0)	(0)

Продовження дод. Б

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	(0)	(0)
Дохід з податку на прибуток від звичайної діяльності	185	0	0
Фінансові результати від звичайної діяльності:			
— прибуток	190		
— збиток	195	212	1571
Надзвичайні:			
— доходи	200	0	0
— витрати	205	(0)	(0)
Податки з надзвичайного прибутку	210	(0)	(0)
Чистий:			
— прибуток	220	0	0
— збиток	225	(212)	(1571)
Забезпечення матеріального заохочення	226	0	0

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Матеріальні затрати	230	1890	2137
Витрати на оплату праці	240	3919	3319
Відрахування на соціальні заходи	250	993	2193
Амортизація	260	327	476
Інші операційні витрати	270	1035	654
Разом	280	8164	8779

Продовження дод. Б

III. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За попередній період
Середньорічна кількість простих акцій	300	37712800	37712800
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	310	37712800	37712800
Чистий прибуток, (збиток) на одну просту акцію	320	-0.00562	-0.04166
Скоригований чистий прибуток, (збиток) на одну просту акцію	330	-0.00562	-0.04166
Дивіденди на одну просту акцію	340	0	0

ЗВІТ ПРО РУХ ГРОШОВИХ КОШТІВ ЗА 2011 РІК

Стаття	Код	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	5752,0	
Погашення векселів одержаних	015	0	
Покупців і замовників авансів	020	29,0	
Повернення авансів	030	0	
Установ банків відсотків за поточними рахунками	035	0	
Бюджету податку на додану вартість	040	0	
Повернення інших податків і зборів (обов'язкових платежів)	045	0	
Отримання субсидій, дотацій	050	0	
Цільового фінансування	060	23,0	
Боржників неустойки (штрафів, пені)	070	0	
Інші надходження	080	17,0	
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)	090	(2546,0)	

Продовження дод. Б

Стаття	Код	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Авансів	095	0	
Повернення авансів	100	0	
Працівникам	105	(2892,0)	
Витрат на відрядження	110	(13,0)	
Зобов'язань з податку на додану вартість	115	(745,0)	
Зобов'язань з податку на прибуток	120	0	
Відрахувань на соціальні заходи	125	(917,0)	
Зобов'язань з інших податків і зборів (обов'язкових платежів)	130	(314,0)	
Цільових внесків	140	0	
Інші витрачання	145	(1141,0)	
Чистий рух коштів до надзвичайних подій	150	(2747,0)	
Рух коштів від надзвичайних подій	160	0	
Чистий рух коштів від операційної діяльності	170	(2747,0)	
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Реалізація:			
фінансових інвестицій	180	0	
необоротних активів	190	0	
майнових комплексів	200	0	
Отримані:			
відсотки	210	0	
дивіденди	220	0	
Інші надходження	230	783,0	

Продовження дод. Б

Стаття	Код	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Придбання:			
фінансових інвестицій	240	0	
необоротних активів	250	(213)	
майнових комплексів	260	0	
Інші платежі	270	0	
Чистий рух коштів до надзвичайних подій	280	0	
Рух коштів від надзвичайних подій	290	0	
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	300	570,0	
ІІІ. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження власного капіталу	310	0	
Отримані позики	320	0	
Інші надходження	330	2191,0	
Погашення позик	340	0	
Сплачені дивіденди	350	0	
Інші платежі	360	0	
Чистий рух коштів до надзвичайних подій	370	0	
Рух коштів від надзвичайних подій	380	0	
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	390	2191,0	
Чистий рух коштів за звітний період	400	14,0	
Залишок коштів на початок року	410	43,0	
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	420	(49,0)	
Залишок коштів на кінець року	430	8,0	

Продовження дод. Б

ЗВІТ ПРО ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ЗА 2011 РІК

Стаття	Код	Статутний капітал	Пайовий капітал	Додатковий вкладений капітал	Інший додатковий капітал	Резервний капітал	Нерозподілений прибуток	Неоплачений капітал	Вилучений капітал	Разом
Залишок на початок року	010	9428	0	0	0	0	-4157	0	0	5271
Коригування:										
Зміна облікової політики	020	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Виправлення помилок	030	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Інші зміни	040	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Скоригований залишок на початок року	050	9428	0	0	0	0	-4157	0	0	5271
Переоцінка активів:										
Дооцінка основних засобів	060	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Уцінка основних засобів	070	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
Дооцінка незавершеного будівництва	080	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Уцінка незавершеного будівництва	090	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
Дооцінка нематеріальних активів	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Уцінка нематеріальних активів	110	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
Чистий прибуток (збиток) за звітний період	130	0	0	0	0	0	-212	0	0	-212

Продовження дод. Б

Стаття	Код	Статутний капітал	Пайовий капітал	Додатковий вкладений капітал	Інший додатковий капітал	Резервний капітал	Нерозподілений прибуток	Неоплачений капітал	Вилучений капітал	Разом
Розподіл прибутку:										
Виплати власникам (дивіденди)	140	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Спрямування прибутку до статутного капіталу	150	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Відрахування до резервного капіталу	160	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Внески учасників:										
Внески до капіталу	180	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Погашення заборгованості з капіталу	190	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Вилучення капіталу:										
Викуп акцій (часток)	210	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Перепродаж викуплених акцій (часток)	220	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Анулювання викуплений акцій (часток)	230	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Вилучення частки в капіталі	240	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Зменшення номінальної вартості акцій	250	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Інші зміни в капіталі:										
Списання невідшкодованих збитків	260	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Безкоштовно отримані активи	270	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Продовження дод. Б

Стаття	Код	Статутний капітал	Пайовий капітал	Додатковий вкладений капітал	Інший додатковий капітал	Резервний капітал	Нерозподілений прибуток	Неоплачений капітал	Вилучений капітал	Разом
	280	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Разом змін в капіталі	**290**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**-212**	**0**	**0**	**-212**
Залишок на кінець року	300	9428	0	0	0	0	-4369	0	0	5059

Продовження дод. Б

ПРИМІТКИ ДО РІЧНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА 2011 РІК

І. Нематеріальні активи

Групи нематеріальних активів	Код рядка	Залишок на початок року		Надійшло за рік	Переоцінка (до оцінка +, уцінка -)		Вибуло за рік		Нараховано амортизації за рік	Втрати від зменшення корисності за рік	Інші зміни за рік		Залишок на кінець року	
		первісна (переоцінена) вартість	накопичена амортизація		первісної (переоціненої вартості)	накопиченої амортизації	первісна (переоцінена) вартість	накопичена амортизація			первісної (переоціненої вартості)	накопиченої амортизації	первісна (переоцінена) вартість	накопичена амортизація
Права користування природними ресурсами	010	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Права користування майном	020	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Права на комерційні позначення	030	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Права на об’єкти промислової властивості	040	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Авторське право та суміжні з ним права	050	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	060	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Інші нематеріальні активи	070	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
Разом	080	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
Гудвіл	090	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Продовження дод. Б

II. Основні засоби

Групи основних засобів	Код рядка	Залишок на початок року		Надійшло за рік	Переоцінка (дооцінка +, уцінка -)		Вибуло за рік		Нараховано амортизації за рік	Втрати від зменшення корисності за рік	Інші зміни за рік		Залишок на кінець року		у тому числі			
															одержані за фінансовою орендою		передані в оперативну оренду	
		первісна (переоцінена) вартість	знос		первісної (переоціненої вартості)	зносу	первісна (переоцінена) вартість	знос			первісної (переоціненої вартості)	зносу	первісна (переоцінена) вартість	знос	первісна (переоцінена) вартість	знос	первісна (переоцінена) вартість	знос
Земельні ділянки	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Інвестиційна нерухомість	105	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Капітальні витрати на поліпшення земель	110	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Будинки, споруди та передавальні пристрої	120	5478	677	62	0	0	0	0	137	0	0	0	5540	814	0	0	0	0
Машини та обладнання	130	2800	2260	111	0	0	150	69	183	0	0	0	2761	2374	0	0	0	0
Транспортні засоби	140	65	60	0	0	0	18	18	2	0	0	0	47	44	0	0	0	0
Інструменти, прилади, інвентар (меблі)	150	22	14	3	0	0	0	0	3	0	0	0	25	17	0	0	0	0

Тварини	160	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Багаторічні насадження	170	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Інші основні засоби	180	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Бібліотечні фонди	190	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Малоцінні необоротні матеріальні активи	200	3	3	2	0	0	0	0	2	0	0	0	5	5	0	0	0	0
Тимчасові (нетитульні) споруди	210	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Природні ресурси	220	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Інвентарна тара	230	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Предмети прокату	240	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Інші необоротні матеріальні активи	250	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Разом	260	8368	3014	178	0	0	168	87	327	0	0	0	8378	3254	0	0	0	0

Продовження дод. Б

III. Капітальні інвестиції

Найменування показника	Код рядка	За рік	На кінець року
Капітальне будівництво	280	56	241
Придбання (виготовлення) основних засобів	290	157	46
Придбання (виготовлення) інших необоротних матеріальних засобів	300	0	0
Придбання (створення) нематеріальних активів	310	0	0
Придбання (вирощування) довгострокових біологічних активів	320	0	0
Інші	330	0	0
Разом	340	213	287

IV. Фінансові інвестиції

Найменування показника	Код рядка	За рік	На кінець року	
			довгострокові	поточні
А. Фінансові інвестиції за методом участі в капіталі в: асоційовані підприємства	350	0	0	0
дочірні підприємства	360	0	0	0
спільну діяльність	370	0	0	0
Б. Інші фінансові інвестиції в: частки і паї у статутному капіталі інших підприємств	380	0	0	0
акції	390	0	0	0
облігації	400	0	0	0
інші	410	0	0	0
Разом (розд. А + розд. Б)	420	0	0	0

Продовження дод. Б

V. Доходи і витрати

Найменування показника	Код рядка	Доходи	Витрати
А. Інші операційні доходи і витрати Операційна оренда активів	440	477	0
Операційна курсова різниця	450	494	0
Реалізація інших оборотних активів	460	297	166
Штрафи, пені, неустойки	470	0	-476
Утримання об'єктів житлово-комунального соціально-культурного призначення	480	0	414
Інші операційні доходи і витрати	490	3401	3846
у тому числі: відрахування до резерву сумнівних боргів	491	X	0
непродуктивні витрати і втрати	492	X	0
Б. Доходи і втрати від участі в капіталі за інвестиціями в: асоційовані підприємства	500	0	0
дочірні підприємства	510	0	0
спільну діяльність	520	0	0
В. Інші фінансові доходи і витрати Дивіденди	530	0	X
Проценти	540	X	0
Фінансова оренда активів	550	0	0
Інші фінансові доходи і витрати	560	803	101
Г. Інші доходи та витрати Реалізація фінансових інвестицій	570	0	0
Доходи від об'єднання підприємств	580	0	0
Результат оцінки корисності	590	0	0
Неопераційна курсова різниця	600	0	0
Безоплатно одержані активи	610	0	X
Списання необоротних активів	620	X	0
Інші доходи і витрати	630	0	0

Продовження дод. Б

VI. Грошові кошти

Найменування показника	Код рядка	На кінець року
Каса	640	0
Поточний рахунок у банку	650	8
Інші рахунки в банку (акредитиви, чекові книжки)	660	0
Грошові кошти в дорозі	670	0
Еквіваленти грошових коштів	680	0
Разом	690	8

VII. Забезпечення і резерви

Види забезпечень і резервів	Код рядка	Залишок на початок року	Збільшення за звітний рік		Використано у звітному році	Сторновано використану суму у звітному році	Сума очікуваного відшкодування витрат іншою стороною, що врахована при оцінці забезпечення	Залишок на кінець року
			нараховано (створено)	додаткові відрахування				
Забезпечення на виплату відпусток працівникам	710	0	0	0	0	0	0	0
Забезпечення наступних витрат на додаткове пенсійне забезпечення	720	34	0	0	0	0	0	34
Забезпечення наступних витрат на виконання гарантійних зобов'язань	730	0	0	0	0	0	0	0
Забезпечення наступних витрат на реструктуризацію	740	0	0	0	0	0	0	0
Забезпечення наступних витрат на виконання зобов'язань щодо обтяжливих контрактів	750	0	0	0	0	0	0	0
Резерв сумнівних боргів	775	0	0	0	0	0	0	0
Разом	780	34	0	0	0	0	0	

Продовження дод. Б

VIII. Запаси

Найменування показника	Код рядка	Балансова вартість на кінець року	Переоцінка за рік	
			збільшення чистої вартості реалізації	уцінка
Сировина і матеріали	800	294	0	0
Купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби	810	142	0	0
Паливо	820	0	0	0
Тара і тарні матеріали	830	0	0	0
Будівельні матеріали	840	293	0	0
Запасні частини	850	0	0	0
Матеріали сільськогосподарського призначення	860	0	0	0
Поточні біологічні активи	870	0	0	0
Малоцінні та швидкозношувані предмети	880	33	0	0
Незавершене виробництво	890	6394	0	0
Готова продукція	900	2651	0	0
Товари	910	375	0	0
Разом	920	10182	0	0

IX. Дебіторська заборгованість

Найменування показника	Код рядка	Всього на кінець року	у т.ч. за строками не погашення		
			до 3 місяців	від 3 до 6 місяців	від 6 до 12 місяців
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	940	366	0	0	0
Інша поточна заборгованість	950	481	0	0	0

Продовження дод. Б

X. Нестачі і втрати від псування цінностей

Найменування показника	Код рядка	Сума
Виявлено (списано) за рік нестач і втрат	960	0
Визнано заборгованістю винних осіб у звітному році	970	0
Сума нестач і втрат, остаточне рішення щодо винуватців за якими на кінець року не прийнято (позабалансовий рахунок 072)	980	0

XI. Будівельні контракти

Найменування показника	Код рядка	Сума
Дохід за будівельними контрактами за звітний рік	1110	0
Заборгованість на кінець звітного року:		
— валова замовників	1120	0
— валова замовникам	1130	0
— з авансів отриманих	1140	0
Сума затриманих коштів на кінець року	1150	0
Вартість виконаних субпідрядниками робіт за незавершеними будівельними контрактами	1160	0

XII. Податок на прибуток

Найменування показника	Код рядка	Сума
Поточний податок на прибуток	1210	0
Відстрочені податкові активи:		
— на початок звітного року	1220	0
— на кінець звітного року	1225	0

Продовження дод. Б

Найменування показника	Код рядка	Сума
Відстрочені податкові зобов'язання:		
— на початок звітного року	1230	0
— на кінець звітного року	1235	0
Включено до Звіту про фінансові результати — усього	1240	0
у тому числі:		
— поточний податок на прибуток	1241	0
— зменшення (збільшення) відстрочених податкових активів	1242	0
— збільшення (зменшення) відстрочених податкових зобов'язань	1243	0
Відображено у складі власного капіталу — усього	1250	0
у тому числі:		
— поточний податок на прибуток	1251	0
— зменшення (збільшення) відстрочених податкових активів	1252	0
— збільшення (зменшення) відстрочених податкових зобов'язань	1253	0

XIII. Використання амортизаційних відрахувань

Найменування показника	Код рядка	Сума
Нараховано за звітний рік	1300	327
Використано за рік — усього	1310	0
в тому числі на:		
— будівництво об'єктів	1311	0

Закінчення дод. Б

Найменування показника	Код рядка	Сума
— придбання (виготовлення) та поліпшення основних засобів	1312	0
— з них машини та обладнання	1313	0
— придбання (створення) нематеріальних активів	1314	0
— погашення отриманих на капітальні інвестиції позик	1315	0
	1316	0
	1317	0

Примітки
Фінансова звітність Товариства підтверджена аудитором.

Керівник
Чігідін Олег Дмитрович

Головний бухгалтер
Гетьман Олена Миколаївна

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Інна Віталіївна СІМЕНКО, д.е.н., професор
Тетяна Дмитрівна КОСОВА, д.е.н., професор
Ірина Вікторівна ГРЕЧИНА, к.е.н., доцент
Ліна Олександрівна ВАЩЕНКО, к.е.н., доцент
Петро Миколайович СУХАРЕВ, к.е.н., доцент
Ярослава Іванівна ГЛУЩЕНКО, к.е.н., доцент
Олена Володимирівна БЕДЗАЙ, к.е.н.
Ірина Альбертівна АНГЕЛІНА, к.е.н., доцент
Марія Еріксоновна ШУХМАН, к.е.н.

АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Оригінал-макет підготовлено
ТОВ « Видавництво «Центр учбової літератури»

Підписано до друку 10.04.2013 р. Формат 60х84 1/16.
Друк лазерний. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 21,6. Тираж 300 прим.

ТОВ «Видавництво «Центр учбової літератури»
вул. Електриків, 23 м. Київ 04176
тел./факс 044-425-01-34
тел.: 044-425-20-63; 425-04-47; 451-65-95
800-501-68-00 (безкоштовно в межах України)

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 4162 від 21.09.2011 р.