



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

*Сучасні проблеми розвитку
економічного аналізу як інструменту
ефективності діяльності*

За редакцією

Волкової Н.А.

Одеса ОНЕУ 2012

ББК 65.053.529.0
УДК 65.005:330.1
С 91

Сучасні проблеми розвитку економічного аналізу як інструменту ефективності діяльності/ за редакцією к.е.н., доц. Волкової Н.А., Одеса.; 2012. - 292 с.

Авторський колектив:

Бланарь О.П., ст. викл.,
Волкова Н.А.- к.е.н., доцент
Гайдаєнко О.М. - к.е.н., доцент
Кривова О.І., аспірант
Нападовська І.В.,ст.викл.
Сюрко Л.Є., к.е.н., доцент
Шевчук Н.С. к.е.н., доцент

Бойко Л.О. – к.е.н., доцент
Волчек Р.М. – к.е.н., доцент
Коведра А.В., к.е.н., доцент
Мозгова Н.В.- к.е.н., доцент
Подвальна Н.Е. ст. викл.
Чернишова Л.В.,к.е.н. доцент

Монографія присвячена поповненню нових теоретичних підходів, прикладного інструментарію, які надають можливість розробляти успішну ринкову стратегію, оцінку перспектив і напрямок розвитку суб'єктів господарювання

Важливими сучасними напрямками аналітичного дослідження стали такі питання, як діагностика внутрішнього потенціалу підприємства, аналітична оцінка ефективності окремих бізнес – процесів, матричний аналіз, систематизація рейтингових оцінок та інших методів узагальнення одиничних показників. Ці аналітичні дослідження будуть сприяти підвищенню якості управлінських рішень, їх аналітичного обґрунтування.

Значна увага приділяється інтерпретації окремих питань економічного, фінансового та стратегічного аналізу, аналітичному обґрунтуванню найбільш раціональних способів розв'язання проблем, що виникають в операційній діяльності суб'єктів господарювання.

Монографія може бути корисною для керівників та спеціалістів підприємств, аудиторів і арбітражних керуючих, викладачів вузів, студентів, аспірантів, які цікавляться фінансово-економічними проблемами управління суб'єктів господарювання.

Рецензенти:

д.е.н., професор Бельтюков Є.А.
д.е.н., професор Громова О.М.
д.е.н., професор Немченко В.В.

Видається за рішенням вченої ради Одеського національного економічного університету, протокол № 2 від 23.10.2012 р.

ЗМІСТ

Вступ

1. Методичні особливості сучасного економічного аналізу у промисловості	5
1.1. Особливості аналізу інтеграційних зв'язків та фінансової діагностики харчових підприємств	5
1.1.1. Теоретико-методичні підходи до фінансової діагностики діяльності підприємств харчової промисловості	5
1.1.2. Варіанти інтеграційних зв'язків харчових підприємств та особливості оцінювання їхньої вартості	27
1.2. Аналітична оцінка інноваційного потенціалу підприємств.....	53
1.3. Проблеми комплексної оцінки економічного потенціалу підприємства...74	
1.3.1. Оцінка рівня економічного потенціалу суб'єктів господарювання.....74	
1.3.2. Економічне оцінювання потенційних об'єктів інвестування.....87	
1.4. Розробка багатоваріантної стратегії управління витратами підприємств.....	110
2. Особливості економічного аналізу діяльності сільськогосподарських підприємств.....	132
3. Особливості комплексного аналізу торговельних підприємств.....	155
3.1. Проблемні питання аналізу показників діяльності торговельних підприємств.....	155
3.2. Комплексна оцінка діяльності підприємств роздрібної торгівлі.....	167
4. Проблеми оцінювання суб'єктів господарювання – позичальників комерційних банків.....	184
5. Методичні особливості економічного аналізу діяльності інших суб'єктів господарювання.....	205
5.1. Економічні аспекти ефективного функціонування підприємств готельного господарства.....	205
5.2. Аналіз тенденцій розвитку страхового ринку України у 2008-2011рр.....	231
5.3. Особливості аналізу виставкової логістики у сучасних умовах.....	257
Список літератури.....	280

Сучасні проблеми розвитку економічного аналізу як інструмента ефективності діяльності суб'єктів господарювання

ВСТУП

У країнах з розвинутою економікою, в умовах ринку, який характеризується нестабільністю попиту та пропозиції, мінливістю конкурентного середовища, існує велика потреба у використанні нових теоретичних підходів, прикладного інструментарію, які б дали можливість розробляти успішну ринкову стратегію, оцінку перспектив і напрямок розвитку суб'єктів господарювання.

Методична ідентифікація напрямків економічного аналізу сприяє сучасному виявленню порогу диспропорцій в економічній системі, за яким слідує руйнівні непродуктивні втрати всіх видів ресурсів, ефективне використання яких є принциповою метою фінансового оздоровлення промислових, харчопереробних та сільськогосподарських підприємств, підприємств оптової, роздрібною торгівлі, підприємств готельного господарства, страхових компаній та комерційних банків.

Забезпечення ефективного функціонування підприємств потребує економічно обґрунтованого управління їх діяльністю. Тому у монографії узагальнюються надбання сучасного економічного, фінансового, стратегічного аналізу та водночас висвітлюється його прийнятність для розв'язання проблем української сучасності. Така синергія забезпечить можливість значно краще пояснити «пастки» реальної вітчизняної економіки і таким чином наблизити фінансові методи та механізми до їх практичного використання, скоротити розрив між фінансовою теорією та реальною господарською практикою, відстежувати фінансово-економічні явища і процеси, при цьому розуміти їхню внутрішню сутність та природу.

Авторами монографії є:

- аспірант Кривова О.І. – 1.1.1.;
- к.е.н., доц. Волчек Р.М. – 1.1.2.;
- ст. викладач Бланарь О.П. – 1.2.;
- к.е.н., доц. Чернишова Л.В. – 1.3.1.;
- ст. викладач Нападовська І.В. – 1.3.2.;
- к.е.н., доц. Гайдаєнко О.М. – 1.4.;
- к.е.н., доц. Волкова Н.А. – 2.;
- к.е.н., доц. Коверда А.В. – 3.1.;
- к.е.н., доц. Мозгова Н.В. – 3.2.;
- к.е.н., доц. Шевчук Н.С. – 4.;
- ст. викладач Подвальна Н.Е. – 5.1.;
- к.е.н., доц. Бойко Л.О. – 5.2.;
- к.е.н., доц. Сюрко Л.Є. – 5.3.

1. Методичні особливості сучасного економічного аналізу у промисловості

1.1. Особливості аналізу інтеграційних зв'язків та фінансової діагностики харчових підприємств.

1.1.1. Теоретико-методичні підходи до фінансової діагностики діяльності підприємств харчової промисловості.

В умовах ринкової економіки метою діяльності будь-якого підприємства є одержання максимального прибутку. При цьому діяльність підприємств не може здійснюватися безконтрольно, без відповідної діагностики, тому що в роботі підприємств можуть мати місце різні недоліки, помилки, невикористовувані резерви, що знижують ефективність та потенціал виробництва. Необхідність знання сутності, видової характеристики, цілей і завдань, а також обґрунтування місця, ролі і можливостей реалізації фінансової діагностики на підприємстві дає змогу чітко орієнтуватися в умовах обмеженого доступу до інформації для прийняття ефективних управлінських рішень. Однак, слід відмітити, що існує низка невирішених теоретичних питань, а також недостатність обґрунтування та висвітлення питань практичного здійснення фінансової діагностики на рівні підприємства.

Вивченню проблем та розкриттю суті досліджуваних явищ присвячені праці таких науковців, як А.М. Асаул, А.А. Беляєв, О.С. Вартанов, В.А. Василенко, А.Е. Воронкова, О.О. Гетьман, М.М. Глазов, А.І. Дмитренко, Г.В. Єфімова, Т.О. Загорна, І.П. Князь, І.В. Кольцова, Ю.В. Коротаєва, Т.Д. Костенко, Л.А. Костирко, І.В. Кривов'язюк, З.А. Круш, О.Г. Мельник, О.І. Олексюк, Д.А. Рябих, В.П. Савчук, Н.В. Тертична, М.Г. Чумаченко, В.М. Шаповал, Г.О. Швиданенко, В.О. Шевчук та інших. У працях цих авторів ґрунтовно розкриті теоретичні аспекти, наведено конкретні методики діагностики діяльності підприємства тощо.

У результаті аналізу літературних джерел можна зробити висновок, що незважаючи на значення фінансової діагностики в сучасних умовах це поняття практично не розроблено. Вимоги до змісту процесу діагностики, перелік об'єктів дослідження, методологія узагальнення отриманих результатів ще перебувають на стадії формування та неоднозначно трактуються окремими фахівцями. В одних джерелах поняття "фінансова діагностика" ототожнюється з поняттям "фінансовий аналіз", в інших - наголошується відмінність між досліджуваними поняттями. Тому, на наш розсуд, важливим дослідницьким завданням є уточнення поняття "фінансової діагностики діяльності підприємства", «фінансового аналізу діяльності підприємства» та обґрунтування основних відмінностей між даними процесами.

Грецькою мовою термін «діагноз» означає «точно розпізнати, дослідити, скласти думку». Термін «діагностика» трактується як розпізнавання стану об'єкта за прямими та непрямыми ознаками, знання характеристик,

розпізнавання явищ за їх симптомами. А термін "аналіз" означає розчленовування, поділ досліджуваного об'єкта на частини, окремі елементи.

Вчені-економісти мають власний погляд на зміст цих понять по відношенню до конкретного процесу на підприємстві. Так, у розумінні Б.Ю. Сербиновського, діагностика – це вчення про методи, процеси й принципи розпізнання хвороб виробничої системи й постановки діагнозу, оцінки її стану й перспектив розвитку, виміру параметрів, установлення й вивчення ознак хвороб з метою підтримки здатності ефективного функціонування й пристосовуватися до змін зовнішнього середовища [120]. М.Ф. Коротяєв визначає діагностику як комплекс досліджень, спрямованих на виявлення цілей функціонування господарюючого суб'єкта й способів їх досягнення [130]. В.Г. Герасимчук вважає, що діагностика передбачає визначення суті та особливостей проблеми на основі всеохоплюючого аналізу, застосовуючи певний набір принципів та методів його проведення [41]. В.Ш. Раппорт трактує: «Діагностика – управлінська робота з виявлення проблем і вузьких місць системи управління підприємством» [168]. На думку Е.М. Короткова, діагностика – прийом встановлення та визначення ознак і причин деформацій та відхилень об'єкта від норми, тенденцій, задуму, цілі та ін. [94]. Ф.Ф. Аунапу зазначає: «Діагностика – метод аналізу стану виробничої системи для виявлення й усунення в ній диспропорцій, що сприяють появі «вузьких місць», тобто «хвороб» виробничого організму» [5].

Найбільш широко висвітлив поняття фінансової діагностики французький вчений

Б. Колас у своїй роботі «Управління фінансовою діяльністю підприємства». На його думку, «... для відповідального фінансиста займатися діагностикою - це означає розглядати фінансовий стан підприємства так, щоб виявити в динаміці симптоми явищ, які можуть затримати досягнення спрямованих цілей і вирішення завдань, піддаючи небезпеці плановану діяльність. Це передбачає вироблення коригувальних рішень та / або перегляд цілей і прогнозів » [95].

Російські вчені А.П. Градов, В.І. Кузін, Н.Г. Данілочкіна діагностику розглядають як напрямок економічного аналізу, що дає змогу виявити характер порушення нормального перебігу економічних процесів на підприємстві [64].

Частина дослідників взагалі ототожнюють діагностику з аналізом (економічним або фінансовим), не виділяючи спеціальних функцій і задач власне діагностики як окремого етапу управління. Так, Г.О. Швиданенко та О.І. Олексик, розглядаючи фінансову діагностику, акцентують увагу на фінансово-економічному аналізі діяльності підприємства. Автори вважають, що система діагностики базується на використанні алгоритмів, технологій, методів і показників економічного аналізу, тобто "економічна діагностика" та "економічний аналіз" є тотожними поняттями [215].

Отже, попри всю недосконалість сучасної термінології та труднощі розмежування області дослідження, можна припускати існування тенденції появи більш точного розмежування між поняттями фінансового аналізу та

фінансової діагностики. Загальні і відмінні риси фінансової діагностики й аналізу на мікрорівні представлені в таблиці 1.

На наш розсуд, під фінансовою діагностикою стану господарської діяльності підприємства потрібно розуміти вивчення стану суб'єкта господарювання на основі аналізу і синтезу статистичної інформації з метою своєчасного виявлення вад та переваг його розвитку, встановлення проблем та вузьких місць, які спричиняють відхилення та деформації об'єкта від норми чи цілі, виявлення потенційно сильних та слабких сторін, що впливають на формування та реалізацію ефективної стратегії організації, а також розроблення заходів щодо поліпшення такого стану на певному етапі у визначений проміжок часу. При цьому завдання діагностики полягає не тільки в тому, щоб оцінити стан об'єкта на конкретний момент часу, але й прогноз поведінки об'єкта як у випадку впровадження організаційно-технічних заходів після отримання результатів діагностики, так і у випадку, якщо не будуть зроблені спроби ліквідувати виявлені диспропорції і використовувати резерви підвищення ефективності діяльності підприємства.

Використовуючи розуміння процесу діагностування, запропоноване І.Кривов'язюком [97, с.13], зобразимо схематично, процес здійснення фінансової діагностики підприємства (рис. 1).

Таким чином, "фінансова діагностика" як процес включає:

- а) проведення економічного аналізу;
- б) отримання на його основі оцінки (кількісного результату);
- в) встановлення діагнозу (тобто форма, етап, рівень стану об'єкта на дату завершення дослідження; порівняння з іншими об'єктами і з нормативними показниками; встановлення наявності відхилень від норми; визначення ступеня відхилення тощо);
- г) розробка заходів та рекомендацій щодо усунення симптомів відхилення від норми і поліпшення (стабілізації) стану підприємства;
- д) моніторинг за поведінкою стану об'єкта й вироблення коригувальних рішень. При встановленні діагнозу особливо важливу роль відіграє виявлення причин, з яких і виникли відхилення в роботі підприємства.

Таблиця 1

Загальні і відмінні риси фінансової діагностики та фінансового аналізу

Методологічні характеристики	Фінансовий аналіз	Фінансова діагностика
1. Предмет дослідження	1. Фінансова звітність. 2. Фінансовий стан суб'єктів господарювання.	1. Фінансовий стан суб'єктів господарювання. 2. Техніка прийняття рішень фінансового характеру.
2. Основні завдання	1. Оцінка фінансового стану. 2. Розробка висновків і рекомендацій за результатами аналізу.	1. Дослідження зміни фінансового стану об'єкта діагностування. 2. Вивчення структурних, функціональних порушень, що впливають на

		<p>фінансовий стан суб'єкта господарювання, ефективність прийняття управлінських рішень і їхніх причин.</p> <p>3. Дослідження:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ступеня фінансової стійкості й імовірності її зміни; - розміру фінансового потенціалу об'єкта дослідження, ефективності його використання й імовірності зміни.
3. Інформаційна основа	Дані бухгалтерського обліку і звітності; банків; бірж; податкових органів; статистики і т.д.	<p>1. Дані бухгалтерського обліку і звітності; банків; бірж; податкових органів; статистики і т.д.</p> <p>2. Результати фінансового аналізу.</p>
4. Результати дослідження	<p>1. Висновки про фінансовий стан суб'єкта господарювання.</p> <p>2. Рекомендації з поліпшення фінансового стану суб'єкта господарювання.</p>	<p>1. Висновок (діагноз):</p> <ul style="list-style-type: none"> - про фінансовий стан суб'єкта господарювання; - про передбачувану зміну фінансового стану об'єкта дослідження; - про ефективність прийняття рішень фінансового характеру. <p>2. Рекомендації:</p> <ul style="list-style-type: none"> - по поліпшенню фінансового стану суб'єкта господарювання; - по побудові схем фінансових операцій; - по формуванню фінансової тактики і стратегії.

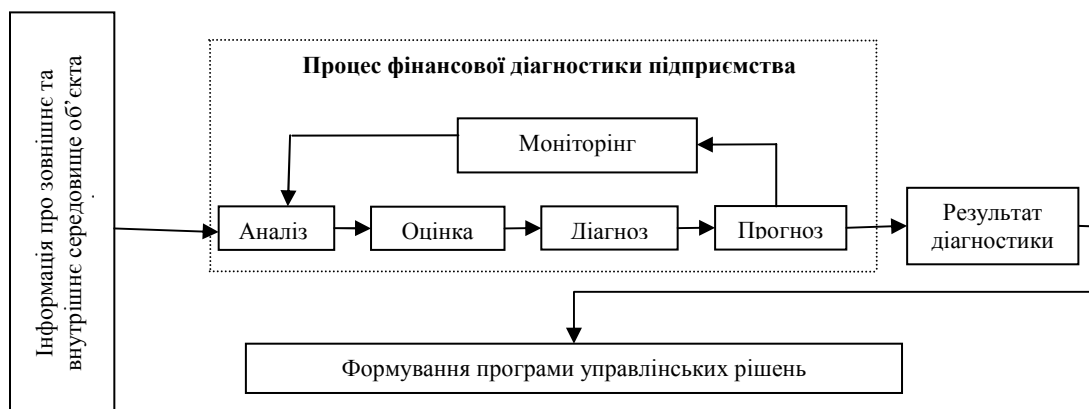


Рис. 1. Схема процесу фінансової діагностики діяльності підприємства

Ефективність фінансової діагностики може бути забезпечена при виборі методики її проведення, яка б дала змогу найбільш повно відобразити розвиток певного об'єкта, наближення його до бажаного стану. Тому для забезпечення якісної діагностики фінансового стану підприємства потрібно оволодіти загальними концептуально-методичними засадами у її підходах і трактуваннях. Процес здійснення діагностики фінансового стану передбачає використання різних методів, прийомів, концепцій, але основою цього процесу є фінансово-економічний аналіз.

Залежно від статусу методичні підходи до проведення діагностики поділяються на державні (обов'язкові) та наукові (рекомендаційні).

Державні методики проведення діагностики фінансового стану затверджуються Міністерством фінансів України, Агентством з питань банкрутства, іншими державними органами та є обов'язковими для використання в певних ситуаціях, перелік яких визначено.

В Україні прикладом державних методик є:

- «Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану неплатоспроможних підприємств та організацій», яка затверджена наказом Агентства з питань запобігання банкрутству № 37 від 21.03.1997 р.; її цільове призначення - надання методичної допомоги фахівцям Агентства, спеціалістам міністерств, відомств, податкових органів тощо стосовно прийняття рішення про визнання структури балансу підприємства задовільною (незадовільною), підприємства - платоспроможним (неплатоспроможним), подання пропозицій щодо доцільності внесення цього підприємства до Реєстру неплатоспроможних підприємств та організацій;

- «Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства», затверджені наказом Міністерства економіки України від 17 січня 2001р. №10.

Загальними недоліками використання зазначених нормативних методик є:

- орієнтація на старі стандарти П(С)БО, що значно ускладнює процес виконання аналізу;
- неструктурованість;
- нездатність забезпечити комплексний підхід до виконання аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства та визначення рівня його фінансового стану;
- окремі ідентичні за змістовим навантаженням показники відрізняються у нормативно-правових документах за найменуваннями;
- спостерігається, що деякі аналогічні за назвою показники пропонуються розраховувати за різними методиками;
- для однакових показників часто пропонуються відмінні критерії оптимальності;
- методики розрахунку деяких показників є економічно-суперечливими та беззмістовними;
- в окремих методиках не враховано особливості інформаційного забезпечення розрахунку певних показників [129].

Наукові методики фінансової діагностики діяльності підприємства розроблюються та пропонуються для практичного використання фахівцями-економістами. Вони використовуються на вибір та за потреби. Як правило, існують базові (загальновідомі) та авторські (комерційні) методики. Перші широко висвітлюються в спеціальній літературі, застосовуються в навчальному процесі та науково-дослідній роботі, інші - є комерційною таємницею та нематеріальним активом фірм, що спеціалізуються на професійній діяльності з фінансового консультування.

Необхідно відзначити, що в існуючій економічній літературі зустрічаються різноманітні методичні підходи щодо здійснення фінансової діагностики суб'єктів господарювання. Так надаються пропозиції при аналізі фінансового стану розраховувати коефіцієнти платоспроможності, ліквідності, фінансової стійкості тощо.

Спроби систематизувати методичне забезпечення фінансової діагностики в економічній літературі майже не спостерігаються. Учені-економісти зосереджуються на висвітленні окремих методичних підходів до діагностики фінансового стану, що, ґрунтуються, головним чином, на використанні інтегральних показників або системи часткових показників.

Так, наприклад, І. Бланк використовував діагностичні методи при оцінці параметрів кризового розвитку підприємства, що генерують загрозу його банкрутства в майбутньому періоді [17]. При цьому він запропонував дві системи діагностики: систему експрес-діагностики та систему фундаментальної діагностики. Ці види діагностики забезпечують комплексний аналіз фінансового стану підприємства.

Н. Данилочкіна використала метод діагностики за «слабкими сигналами» [64]. Автор запропонувала за допомогою системи моніторингу відловлювати сильні й слабкі сигнали, що надходять із зовнішнього і внутрішнього середовищ. З цією метою Н. Данилочкіна використала методи оперативної діагностики фінансово-господарської діяльності підприємства.

У ряді країн (США, Великобританії, Франції, Росії) широко застосовують наступні методи діагностики фінансової ситуації на підприємстві – статистичний метод під загальною назвою «скоринг» та метод А-рахунку, (в основі – бальна експертна оцінка), який запропонував Дж. Аргенті [177]. Також за кордоном одним із нових напрямків діагностики стало використання систем-експертів, у тому числі тієї, яку запропонував Б. Колас.

У таблиці 2 наведені основні методики, що найчастіше використовуються при здійсненні фінансової діагностики підприємства.

Таблиця 2

Характеристика методик фінансової діагностики підприємства

Назва методики	Характеристика методики
1. Трансформаційні методики	Спрямовані в основному на перетворення звітності в більш зручний для сприйняття і користування вигляд (агрегування статей, трансформація в закордонні форми звітності і т.д.). При цьому використовуються офіційні індекси інфляції, іноземні валюти й оцінки експертів,

	покликані в першу чергу забезпечити порівняність даних різних звітних періодів.
2. Вертикальний аналіз	Спрямований на дослідження змін структури активів і зобов'язань підприємства, зіставлення даної структури з деяким ідеальним шаблоном [41]. Обов'язковим елементом структурного аналізу є побудова динамічних рядів показників з метою дослідження й прогнозування зміни складу активів та джерел їх покриття.
3. Горизонтальний (часовий) аналіз звітності	Передбачає вивчення тенденцій розвитку підприємства й екстраполяцію їх на майбутнє, при цьому висновок робиться, як правило, не більш ніж по двох звітних датах.
4. Коефіцієнтний метод	Базується на розрахунку системи показників, що відображають різні сторони діяльності підприємства і враховують чинники внутрішнього й зовнішнього впливу на його фінансовий стан.
5. Метод експертних оцінок фінансових коефіцієнтів (фінансових індикаторів)	Передбачає проведення діагностики шляхом аналізу певного набору коефіцієнтів та фінансових індикаторів у динаміці та побудову перспективної динаміки коефіцієнтів, базуючись на аналізі економічного розвитку підприємства, стратегії та ступеню фактичного освоєння. Здебільшого пропонується проводити горизонтальний та вертикальний аналіз фінансової звітності підприємства в динаміці; проводити аналіз кореляції динаміки та структури активів, пасивів, капіталу, доходів та витрат з обраною підприємством стратегією та стратегічними планами. В межах цього підходу В.Кунцевич [99] пропонує також здійснювати перспективну діагностику на основі динаміки певних фінансових коефіцієнтів, таких як ліквідність, рентабельність, забезпеченість ресурсами та ряду інших показників. Отримані дані за результатами аналізу фінансових показників пропонується надати групі експертів для проведення перспективної діагностики – побудови перспективного бюджету або фінансового плану, який міститиме основні показники фінансової звітності. Дані, отримані в результаті аналізу коефіцієнтів та показників, слід аналізувати шляхом побудови матриць або динамічних рядів.
6. Нормативні методики	Необхідність вивчення нормативних методик визначається, насамперед, обов'язковим характером їх використання та, як наслідок, високою практичною значущістю. Як зазначає Н.Львова, за характером

	нормативних методик можна судити про те, в чиїх інтересах вони розроблені та якими є реальні цілі антикризового регулювання.
7. Інтегральний метод	Передбачає побудову математичної оцінки сукупності індикаторів залежно від їхньої значущості для моделі. Проаналізувавши ряд літературних джерел можна виділити такі інтегральні моделі авторства зарубіжних учених: Z – рахунок Альтмана, показник платоспроможності Конана і Гольдера, модель Спрінгейта, тест на ймовірність банкрутства Лису, 4-факторна модель Таффлера, модель Фулмера, тест на банкрутство Тамарі, модель Чессера та ін. Спробами розробки, наближеної до умов вітчизняної економіки моделі Z-рахунку, можна вважати результати таких науковців, як О.Терещенко, А.Матвійчук, Е.Колесарь, С.Матвєєва, Р.Сайфулін, Г.Кадиков та вчених Іркутської державної економічної академії (ІДЕА).
8. Методика нейронних мереж	Дозволяє надати кількісної оцінки рівню фінансової стійкості чи загрози банкрутства підприємства. Такі моделі використовують коефіцієнтний метод та є в деякому роді похідними від нього. Побудова нейронних сіток ґрунтується на емпірично-індуктивних методах. Побудова нейронної сітки для цілей фінансової діагностики потребує значного обсягу навчальної вибірки показників фінансової звітності фінансово стійких та фінансово неспроможних підприємств. Отримані результати оцінюються на основі тестової вибірки.
9. Матричні методики	Прибічники застосування матричних моделей наголошують на можливості проведення як комплексної, так і експрес-діагностики фінансового стану підприємства за допомогою матричного методу. Його використання дозволить виявити тенденції у динаміці фінансового стану та здійснити прогнозування.
10. Методики аналізу грошових потоків	Дослідження руху грошових коштів полягає у вивченні обсягів і структури їх надходжень та витрачання, визначенні основних джерел притоку та напрямків відтоку коштів, а також порівняння за обсягами і часом вхідних та вихідних потоків, їх збалансованості.
11. Методика BSC	Концепція BSC характеризується тим, що фінансові і не фінансові індикатори інтегруються з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків між результатними показниками та ключовими чинниками.

12. Рейтингова методика	Розрахунок рейтингу експертно-бальним методом передбачає коригування незадовільних значень фінансових коефіцієнтів у бік покращення як безпосередньо, так і через зміну рейтингу фінансового стану підприємства. Після цього проводиться розрахунок прогнозних даних по його активах, пасивах і фінансових результатах, спираючись на формули фінансових коефіцієнтів.
-------------------------	--

Зазначені методики здійснення фінансової діагностики діяльності підприємства мають як переваги в застосуванні, так і недоліки. Так, наприклад, перевагою коефіцієнтного методу є простота й оперативність розрахунків, можливість відстеження тенденцій зміни різноманітних сторін діяльності підприємства. Крім того, позитивний ефект від застосування коефіцієнтного підходу полягає у можливості співставлення результатів діяльності різних підприємств завдяки стандартизованому вигляду одиниць виміру. Однак, набір показників, що застосовуються у фінансовій діагностиці є достатньо різноманітним і дискусійним. Крім того, в різних дослідженнях пропонуються різні назви одного показника за однакового алгоритму розрахунку та різні алгоритми розрахунку за однакової назви показників. Ще й досі вчені-економісти не дійшли єдиної думки щодо системи коефіцієнтів для проведення фінансової діагностики підприємства. Досить важко зробити однозначний висновок про стан підприємства на основі системи фінансових показників, оскільки при досить великій кількості фінансових коефіцієнтів певна їх частина може відповідати нормативним значенням, а інша – матиме значення нижче нормативних. Також істотним недоліком цього методу є відсутність нормативних значень більшості використовуваних коефіцієнтів, а також та обставина, що зміни величин коефіцієнтів у динаміці не можуть бути інтерпретовані належним чином, оскільки чисельник і знаменник будь-якого коефіцієнта змінюються в часі [96, с.138].

При здійсненні фінансової діагностики ефективність діяльності суб'єкта господарювання оцінюється за допомогою індикаторів, які характеризують його фінансовий стан та окремі складові (платоспроможність, прибутковість, структуру капіталу, оборотність тощо). Діагностика діяльності підприємств на засадах фінансових індикаторів є найбільш репрезентативною з позиції відображення результатів функціонування і найпростішою в плані доступу до інформації [98].

У ході діагностики, як правило, відстежують абсолютні і відносні індикатори діяльності підприємства. Основні абсолютні фінансові індикатори можна отримати, аналізуючи фінансову звітність підприємства, насамперед форми № 1 і № 2. При цьому варто зауважити, що перша відображає фінансові індикатори на певну дату, а друга – за звітний період. Абсолютні фінансові індикатори надають інформацію в грошовому вираженні стосовно фінансової результативності, собівартості, оборотних і необоротних коштів, зобов'язань підприємства, джерел формування та структури капіталу. Варто

зауважити, що узагальнену інформацію про абсолютні фінансові індикатори найпростіше отримати з даних бухгалтерського обліку. Більш ґрунтовну інформацію можна одержати на підприємствах, де функціонує система управлінського обліку [128].

Використання абсолютних індикаторів у чистому вигляді є недостатньо результативним. Більш інформативними є відносні показники, які відображають певні цільові структурні співвідношення, розраховуються з використанням абсолютних.

Набір відносних показників, що застосовуються у фінансовій діагностиці є достатньо різноманітним і дискусійним. Тут варто погодитись із Н.Внуковою та Н.Зінченко [29], якими були сформовані основні вимоги до системи фінансових показників: інформативність, зіставність, системність, достовірність, мінімальна кількість, несуперечливість, обґрунтованість.

В країнах з розвинутою ринковою економікою розроблені показники, які служать орієнтиром для діагностики фінансового стану підприємства загалом. До них належать: коефіцієнт власності/незалежності (не нижчий 0,7); коефіцієнт позичкових коштів (не нижчий 0,3); співвідношення позичкових і власних коштів (не вище 1,0); коефіцієнт абсолютної ліквідності (не нижчий 0,2-0,25); проміжний коефіцієнт покриття (не нижчий 0,7-0,8); загальний коефіцієнт покриття (не нижчий 1,0). Розгляд цих показників дає уявлення для аналітиків виробничо-комерційних підприємств про загальний рівень фінансового стану.

Узагальнення літературних джерел і практики функціонування промислових харчових підприємств дозволило виокремити перелік показників, що дозволять оцінити фінансовий стан підприємства та виявити симптоми та загрози фінансової кризи та на основі проведеного аналізу розробити політику попередження (випередження) слабких сигналів кризової ситуації (табл. 3) [98].

Таблиця 3

Основні показники фінансової діагностики діяльності харчових підприємств

Назва показника	Методика розрахунку	Змістове наповнення та інтерпретація	Нормативн е значення
1. Показники ліквідності підприємства			
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	(Кошти та їх еквіваленти + Поточні фінансові інвестиції) / Поточні зобов'язання	Відображає, яку частину боргів підприємство може сплатити негайно за рахунок наявних коштів та прирівняних до них фінансових інвестицій. Якщо показник менше 0,2, то це є зовнішньою ознакою неплатоспроможності. Показник не повинен перевищувати значення 0,35, тому що це свідчить про неефективність використання наявних коштів.	0,2-0,35
Коефіцієнт проміжної (швидкої)	(Кошти та їх еквіваленти + Дебіторська	Відображає платіжні можливості підприємства, щодо поточних зобов'язань за умови своєчасних	0,8-1,5

ліквідності	заборгованість + Поточні фінансові інвестиції) / Поточні зобов'язання	розрахунків із дебіторами. Не враховує найменш ліквідну частину оборотних активів – виробничі запаси, тому що при вимушеній реалізації виробничих запасів, як правило, формуються найбільші втрати порівняно з їх балансовою вартістю.	
Коефіцієнт загальної ліквідності	Оборотні активи / Поточні зобов'язання	Відображає достатність ліквідних ресурсів підприємства для погашення його поточних зобов'язань. Якщо коефіцієнт менше 1, то підприємство має неліквідний баланс, що свідчить про високий фінансовий ризик, оскільки підприємство не в змозі розрахуватися за своїми поточними зобов'язаннями. Перевищення коефіцієнта верхньої межі свідчить про незадовільне управління активами за рахунок нерационального накопичення запасів, нарощування дебіторської заборгованості тощо.	1,5-2,0
2. Показники фінансової незалежності підприємства			
Коефіцієнт автономії	Власний капітал / Валюта балансу	Відображає питому вагу власного капіталу в загальному обсязі коштів, авансованих у діяльність підприємства. Значення показника нижче 0,5 свідчить про перевищення позичкового капіталу підприємства над власним, що означає набуття кредиторами фактичного права контролю над підприємством.	0,5-0,8
Коефіцієнт маневреності власних коштів	(Оборотні активи – Поточні зобов'язання) / Власний капітал	Демонструє, яка частина власного оборотного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності, а яка – капіталізована. Нормальною вважається ситуація, за якої показник незначно збільшується в динаміці.	> 0, збільшення ≥ галузевого показника
Коефіцієнт фінансового левериджу	Власний капітал / (Довгострокові + Поточні зобов'язання)	Відображає співвідношення між власним капіталом і залученими коштами. Зменшення показника в динаміці свідчить про посилення залежності підприємства від кредиторів та інвесторів.	1,0-2,0
Коефіцієнт цільового використання довгострокових вкладень	(Власний капітал + Довгострокові зобов'язання) / Необоротні активи	Демонструє, яка частина довгострокових позик та власного капіталу спрямовується на придбання основних засобів і на капітальні вкладення, тобто чи дотримується на підприємстві «золотого правила фінансування», відповідно до якого довгострокові активи повинні фінансуватися за рахунок довгострокових пасивів. Цей показник повинен наближатися до 1	= 1

3. Показники рентабельності (прибутковості) підприємства			
Коефіцієнт рентабельності активів	Чистий прибуток / Середньорічні активи підприємства	Відображає скільки прибутку приносить кожна гривня сукупного капіталу підприємства. При відстежуванні динаміки показника слід аналізувати, завдяки чому відбувається його зростання, адже показник може зростати за рахунок того, що чистий прибуток збільшується вищими темпами, ніж активи, або чистий прибуток незмінний при зменшенні активів (позитивна ситуація). Якщо чистий прибуток зменшується не так швидко як активи, то, незважаючи на позитивні тенденції в зміні коефіцієнта рентабельності активів, така ситуація вимагає більш глибокої факторної діагностики. Якщо ж чистий прибуток зменшується за незмінності чи зростанні активів або швидше, ніж активи, то спостерігаються негативні тенденції в зміні показника, що вказує на зниження ефективності використання капіталу	> 0 , збільшення \geq галузевого показника
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Чистий прибуток / Середньорічний власний капітал	Відображає скільки прибутку приносить кожна гривня власного капіталу підприємства. Позитивна динаміка показника – коли чистий прибуток зростає вищими темпами, ніж середньорічний власний капітал, або останній не змінюється або зменшується. Негативні тенденції – якщо чистий прибуток зменшується за незмінності чи зростанні власного капіталу або швидше, ніж власний капітал. Якщо ж чистий прибуток зменшується нижчими темпами, ніж власний капітал, то такий стан речей потребує більш глибокого дослідження.	> 0 , збільшення ; \geq галузевого показника
Коефіцієнт рентабельності реалізації продукції	Прибуток від операційної діяльності / Чиста виручка від реалізації	Демонструє частку чистого прибутку в обсязі чистої виручки від реалізації, формуючи рівень торговельної націнки без непрямих податків. У даному випадку особливої ваги набуває порівняння фактичного значення показника з галузевим, що відображатиме рівень конкурентоспроможності продукції за еконо-мічними параметрами	> 0 , збільшення ; \geq галузевого показника
Коефіцієнт рентабельності	Прибуток від операційної діяльності /	Відображає рівень відтворення капіталу підприємств, демонструє, скільки прибутку принесла кожна гривня	> 0 , збільшення ;

виробництва продукції	Повна собівартість продукції підприємства	понесених витрат. Позитивними тенденціями є: зростання прибутку від операційної діяльності за незмінності чи зменшенні повної собівартості продукції; зростання прибутку вищими темпами, ніж собівартості. Якщо чистий операційний прибуток зменшується нижчими темпами, ніж повна собівартість продукції, то така ситуація потребує більш ґрунтовного вивчення, оскільки вона становить небезпеку. Негативними тенденціями є: зменшення прибутку від операційної діяльності за незмінності чи зменшенні вищими темпами повної собівартості, незмінність прибутку в разі зростання собівартості.	\geq галузевого показника
4. Показники ділової активності підприємства			
Коефіцієнт оборотності активів	Чиста виручка від реалізації / Середньорічна вартість активів	Характеризує інтенсивність використання всього капіталу підприємства незалежно від джерел залучення ресурсів і швидкість втілення капіталу у вартості виготовленої та реалізованої продукції. Збільшення оборотності активів характеризує підвищення інтенсивності їх використання.	Збільшення
Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	Собівартість реалізованої продукції / Середньорічний обсяг виробничих запасів	Демонструє інтенсивність використання виробничих запасів, тобто скільки разів вони перенесли свою вартість на готові вироби	Збільшення
Середній термін обороту виробничих запасів (дні)	365 днів / Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	Відображає середній термін перебування запасів на складі до їхнього використання	Зменшення
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Чиста виручка від реалізації / Середньорічний обсяг дебіторської заборгованості	Показує швидкість обертання дебіторської заборгованості, розширення чи згортання підприємством комерційного кредитування	Збільшення
Середній термін погашення дебіторської заборгованості (дні)	365 днів / Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Відображає середній термін погашення дебіторами заборгованості підприємству	Зменшення
Коефіцієнт	Чиста виручка від	Показує швидкість обертання креди-	Збільшення

оборотності кредиторської заборгованості	реалізації / Середньорічний обсяг кредиторської заборгованості	торської заборгованості, розширення чи згорання комерційного кредитування підприємства	
Середній термін погашення кредиторської заборгованості (дні)	365 днів / Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Відображає середній термін погашення підприємством заборгованості	Зменшення
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	Чиста виручка від реалізації / Середньорічний обсяг власного капіталу	Показує ефективність використання власного капіталу підприємства та швидкість його втілення у вартості виготовленої та реалізованої продукції	Збільшення
Коефіцієнт фондівддачі основних фондів	Чиста виручка від реалізації / Середньорічна залишкова вартість основних засобів	Відображає швидкість втілення вартості основних фондів у вартості виготовленої та реалізованої продукції	Збільшення

Для діагностики недостатньо лише розрахувати значення вказаних показників, слід уміти інтерпретувати ситуацію та оцінювати параметри існуючого фінансового стану. Зазначимо, що наведені критерії і показники певною мірою умовні. Однак розгляд їх у комплексі з урахуванням можливих позитивних й негативних тенденцій їх розвитку може створити необхідну базу для складання фінансовим менеджером прогнозу щодо змін фінансового стану підприємства загалом.

Узагальнюючи досліджені теоретико-методологічні засади фінансової діагностики, можемо виділити наступний порядок її здійснення на харчових підприємствах. Перш за все, необхідно визначитися з метою та предметом фінансової діагностики, та відповідно обрати методи та методику її проведення. Фінансову діагностику ефективності діяльності підприємства рекомендується проводити у двох виглядах: експрес-діагностика фінансового стану підприємства та фундаментальна (поглиблена) діагностика фінансового стану підприємства. Ці види діагностики забезпечують комплексний аналіз фінансового стану підприємства.

Після обрання методу здійснення фінансової діагностики, слід провести збір інформації та передбачити створення інформаційного поля. Для фінансової діагностики варто використовувати зовнішню та внутрішню інформацію. Діагностика також може бути проведена з використанням кількісної, якісної та змішаної інформації. Кількісна інформація ґрунтується на інформації фінансової звітності. Якісна інформація надходить від експертів, які збирають та оцінюють інформацію, така інформація носить суб'єктивний характер. Змішана інформація базується на поєднанні даних кількісної та якісної інформації.

Після збору, упорядкування та систематизації інформації доцільно проведення аналізу фінансового забезпечення харчового підприємства. Обов'язковим є проведення аналізу динаміки показників, яка проводиться шляхом порівняння фактичних показників з плановими показниками та показниками за минулі періоди. Фінансовий аналіз може бути зовнішнім та внутрішнім. Зовнішній аналіз базується на звітних даних, базою аналізу є обмежена частина інформації про діяльність підприємства галузі. Внутрішній аналіз - використовує всю достовірну інформацію про стан справ підприємства, якою володіє лише певне коло осіб, як правило, керівництво і його підрозділи. Внутрішній фінансовий аналіз глибше досліджує стан фінансового забезпечення на підприємстві, ефективність використання фінансового капіталу, оскільки проводиться на підставі оперативної бухгалтерської інформації. Результати внутрішнього аналізу використовуються для планування, контролю та прогнозування формування та використання фінансового капіталу в інвестиційній діяльності підприємства харчової промисловості.

Доречно здійснити й оцінку зовнішнього середовища. Нині, дія зовнішніх чинників, які впливають на формування і ефективне використання фінансового капіталу харчових підприємств, істотно збільшилась, а внутрішня потреба в раціональному управлінні рухом фінансового капіталу шляхом прогнозування, планування, нормування, значно загострилась. У процесі формування структури джерел фінансового капіталу здійснюється розгляд можливих варіантів розвитку підприємства. Для кожного варіанта розвитку визначається оптимальна структура джерел фінансового капіталу за критерієм мінімізації його середньозваженої вартості [194].

Наступний крок здійснення фінансової діагностики харчового підприємства повинен передбачати співставлення розрахованих показників з певними індикаторами. У цій якості можуть виступати еталони та нормативи. Еталони являють собою певні стандарти, які розроблені спеціалістами безпосередньо для конкретного підприємства галузі. На противагу цьому, нормативи можуть бути державні, галузеві та внутрішні, і являють собою допустимі критичні значення. В результаті співставлення та порівняння розрахованих показників з певними індикаторами встановлюються відхилення факту від плану та визначається рівень прийнятності виявлених відхилень.

Після цього можна встановлювати діагноз, а саме здійснити оцінку фінансового забезпечення підприємства, виявити «сильні» та «слабкі» сторони, визначити чинники, які зумовили недостатній рівень фінансової забезпеченості функціонування підприємств. А також, окреслити заходи щодо резервування та використання надмірних обсягів забезпечення фінансовими ресурсами.

На прикладі харчових підприємств Одеського регіону визначимо вплив факторів зовнішнього й внутрішнього середовищ на результати їх діяльності.

Аналіз основних показників розвитку харчових підприємств Одеської області (табл. 4) показав, що за аналізований період спостерігаються тенденції

спаду майже за всіма показниками. Тому питання впливу факторів на розвиток харчової промисловості регіону стає все більш актуальним.

Таблиця 4

Основні показники розвитку підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів Одеської області у 2006-2010 р.р.

Показник	Роки					
	2006	2007	2008	2009	2010	січень-жовтень 2011
1. Обсяг реалізованої промислової продукції (у фактичних цінах), млн. грн.	—	4582,8	5226,8	7151,9	8068,1	—
2. Питома вага реалізованої продукції у загальному промисловому обсязі, %	—	24,0	17,0	27,0	25,9	—
3. Індекс промислової продукції, %	112,0	102,3	80,4	97,4	114,7	—
4. Індеси споживчих цін на товари продукти харчування та безалкогольні напої, %	—	130,2	123,8	113,1	111,8	—
5. Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, млн.грн.	215353,3	100054,9	813140,5	515,6	-330017,3	-181846,7
6. Рентабельність операційної діяльності підприємств	—	4	-3,5	3,4	2,4	0,3
7. Підприємства, які одержали прибуток, %	66,1	66,4	59,7	58,6	59,7	45,2
8. Чистий прибуток (збиток), млн.грн.	—	70,0	-830,8	-73,7	-360,3	—

[укладено за даними Державного комітету статистики в Одеській області <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>]

Особливий інтерес для дослідження тенденцій розвитку підприємств харчової промисловості представляє зіставлення динаміки зміни прибутку і кількості збиткових підприємств. Питома вага прибуткових підприємств в харчовому виробництві є більшою, ніж в середньому по господарському комплексу Одеського регіону (рис.2).



Підприємства народогосподарського комплексу



Підприємства харчової промисловості

Рис. 2. Розподіл прибуткових та збиткових підприємств Одеського регіону за 2010 р

Незважаючи на значне збільшення прибутку підприємств, кількість збиткових господарств за останні п'ять років перебуває на рівні 37–40%. Виходячи з цього, можна допустити, що прибуток у промисловості, формує невелика кількість успішних підприємств.

На показники діяльності підприємств харчової промисловості впливає низка негативних чинників, які стримують їх розвиток. Економіка країни щорічно витримує потужні «шоки», а саме: підвищення цін на природні ресурси, повномасштабне розгортання світової агроінфляції, наслідки економічної кризи та інші. В свою чергу такі зміни в економіці вплинули на розвиток харчової промисловості країни.

Основними перешкодами для розвитку галузі є недостатня ефективність ринків сільськогосподарської продукції, монополія великих торговельних компаній, низька якість сировини та кінцевої продукції, невідповідність системи державного регулювання безпечності харчових продуктів європейській та міжнародній практиці, неефективна система надання кредитних ресурсів (в т. ч. державних дотацій), а також відсутність ринку землі у поєднанні з мораторієм на продаж сільськогосподарських земель [100].

Харчова промисловість надзвичайно тісно пов'язана з сільським господарством, яке є головним постачальником сировини для неї. Від нього залежать не тільки обсяги виробництва готових продовольчих товарів, але й їх асортимент, якість та загальна цінова динаміка на продовольчому ринку країни. Однак останніми роками через скорочення обсягів сільськогосподарського виробництва все більше загострюється проблема забезпечення харчової промисловості сировиною у необхідному асортименті і потрібної якості.

Крім того, існують й інші фактори, що стримують розвиток харчової промисловості. Нестача оборотних коштів обмежує обсяги закупівлі сировини, особливо сезонної; відсутність достатньої кількості виробництв для переробки сільськогосподарської сировини в місцях виробництва та потужностей для її глибокої безвідходної переробки.

До чинників, які гальмують розвиток харчової промисловості і мають негативний вплив на ефективність діяльності підприємств, крім стану сировини, належить також стан основних засобів. Згідно зі статистичними даними, у дію постійно вводяться нові основні засоби, але, як показує практика, лише незначна частина промислових підприємств здійснює оновлення цих засобів на належному інноваційному рівні, решта, як правило, обмежується заміною зношених деталей чи зміною обладнання на аналогічне.

Стан основних засобів є тим чинником, який визначально впливає на економічну ефективність роботи галузі, здатність підприємств впроваджувати інновації, конкурентоспроможність продукції. І якщо в середньому по Україні рівень зносу основних засобів був зависокий (46,3%) і давав підстави стверджувати про відсутність бази для подальшого стійкого зростання, то в

ряді регіонів основні засоби зношені більш ніж наполовину, тобто їх стан наближається до критичного.

Однією з головних причин технологічної відсталості вітчизняної харчової промисловості є уповільнення й неупорядкованість інвестиційних та інноваційних процесів. Харчова промисловість у цілому вважається інвестиційно привабливою галуззю завдяки короткому періоду окупності вкладених інвестицій. Основними джерелами інвестування харчової промисловості нині є власні кошти підприємств, іноземний капітал і державні капітальні вкладення. Через великі ризики, сектор кредитних та банківських послуг майже не виявляє інтересу до інвестування цих проектів, особливо в таких галузях, як спиртова і цукрова. Внутрішні приватні інвестиції й заощадження, за невеликим винятком, також не відіграють великої ролі в інвестиційному забезпеченні галузі.

Серед чинників уповільнення темпів розвитку харчової промисловості необхідно відзначити також зниження купівельної спроможності значної частини населення, яке відбулося через прискорення інфляційних процесів та вплив зовнішньоторговельної сфери. Інфляція, перешкоджаючи оновленню основних засобів підприємств, створюючи бар'єри для підвищення попиту на продовольчому ринку, тим самим стримує структурні перетворення в харчовій промисловості.

Усі негативні чинники впливу на діяльність підприємств харчової промисловості особливо гостро дали про себе знати у 2008 р., коли Україна стала членом Світової організації торгівлі. З одного боку, вступ до цієї організації повинен покращити імідж нашої країни, позитивно вплинути на її інвестиційну привабливість, дати можливість підприємствам, у тому числі і підприємствам харчової промисловості, розширити ринки збуту, зменшити тарифні і нетарифні обмеження входження на ринки країн ЄС, сприяти розвитку підприємств. З іншого боку, після вступу до СОТ Україна сама стала більш відкритою для іноземних товаровиробників і, як виявилось, не всі вітчизняні підприємства готові до гідної конкуренції з ними. Крім того, фахівці харчової промисловості побоюються, що на внутрішньому ринку з'явиться неякісна іноземна продукція, оскільки Україна, на відміну від європейських країн, не завжди здатна захистити споживачів за допомогою санітарних і ветеринарних бар'єрів [216].

Значний вплив на стан підприємств харчової промисловості здійснила економічна криза у 2008 році. Економічна криза набула соціального характеру – у 2008 р. було вивільнено 77,4 тис. працівників. Чисельні скорочення вплинули на рівень доходів населення. Знижена купівельна спроможність населення сприяла хоча й помірному, проте зниженню обсягів реалізованої продукції харчових підприємств у натуральному вираженні. Частина споживачів відмовилась від дорогих видів харчових продуктів, надавши перевагу дешевшим. Все це в поєднанні зі зростаючою дебіторською заборгованістю знизило платоспроможність підприємств та їхню здатність до самофінансування необхідних проектів з удосконалення діяльності.

Що стосується кредитного фінансування, то можливість його використання також значно знизилась у зв'язку з кризою ліквідності у банківській сфері, підвищенням вимог до позичальників. Розраховувати на державне фінансування чи залучення коштів шляхом емісії цінних паперів також не варто. Оптимальними варіантами фінансування проектів на сьогоднішній день для підприємств харчової промисловості є лізинг та інвестиції переважно з боку іноземних інвесторів.

Фактори фінансової кризи вплинули на платоспроможність самих виробників харчової продукції, а також на фінансовий стан їхніх контрагентів, що і результувало збитковістю харчової промисловості України в 2008 році. Однак зміни, внесені кризовими явищами, змусили шукати альтернативні шляхи розвитку, переглянути політику роботи з дебіторами і кредиторами, і прибутковість в 2009 році в харчовій галузі було відновлено, що особливо яскраво підкреслює, на фоні збитковості в 2009 році майже всього народногосподарського комплексу, конкурентні переваги та наявні передумови для розвитку харчового виробництва в Україні [119].

Отже, оцінюючи стан переробної промислової Одеської області на сучасному етапі її розвитку, можна визначити низку проблем та невирішених питань, які стримують її ефективний розвиток. Серед основних з них можна відзначити:

- 1) низький рівень технологічної оснащеності як аграрних, так і більшості переробних підприємств області;
- 2) недосконалість сучасної законодавчої та нормативно-правової бази, яка регулює питання параметрів якості та безпечності продуктів харчування;
- 3) досить високий рівень якості вітчизняних продуктів харчування супроводжується значними витратами та високим рівнем собівартості продукції, що знижує її конкурентоспроможність на ринку продовольства за ціновим фактором;
- 4) неефективний механізм інтеграції між аграрними виробниками, переробними підприємствами та торговельними організаціями, який знижує загальний економічний ефект функціонування АПК регіону;
- 5) недосконала ринкова інфраструктура, наявність значної кількості посередників, що здійснює відповідний вплив на кінцеву ціну продуктів харчування;
- 6) низький рівень розвитку інноваційних процесів на підприємствах харчової промисловості Одеської області.

На наш погляд, однією з умов ефективного управління харчовими підприємствами є адресний управлінський вплив. Це завдання може бути вирішене за допомогою розробки багатовимірної класифікації підприємств за показниками управління їх фінансовими ресурсами та визначення впливу фінансових рішень на економічний результат.

Практика показує, що для забезпечення оптимального рівня параметрів фінансового управління та стабільного розвитку підприємства необхідна постійна система фінансової діагностики його діяльності. Основним параметрами фінансового управління є фінансова стійкість,

платоспроможність, ділова активність. В умовах зростаючої ринкової конкуренції, цінових змін на фінансові ресурси і т.д. менеджери повинні якомога швидше реагувати на мінливість зовнішніх факторів, адаптуватися під них і приймати оперативні управлінські рішення. З цією метою доцільно використовувати один з видів фінансової діагностики - експрес-діагностика діяльності підприємства.

Фінансова експрес-діагностика дозволяє швидко, просто і точно оцінити поточний фінансовий стан господарюючого суб'єкта. Грунтуючись на результатах проведеної діагностики і встановлених факторів впливу на діяльність підприємства, менеджер повинен розробити управлінські рішення та стратегію фінансового управління. Фінансове управління доцільно вибудовувати у відповідності з типологією промислового підприємства. За рівнем управління фінансовими ресурсами можна виділити наступні типи (кластери) підприємств: високоефективне, низькоефективне, збиткове. Для визначення типу промислового підприємства при проведенні фінансової експрес-діагностики застосовується система показників управління їх фінансовими ресурсами [178]. Система фінансових показників експрес-діагностики дозволяє оцінити поточний фінансовий стан підприємства, розробити короткострокову стратегію по максимізації фінансової стійкості підприємства. Дані показники дозволяють виявляти чинники, які створюють передумови для досягнення цілей підприємства.

На наш погляд, при проведенні експрес-діагностики на промислових підприємствах доцільно використовувати такі показники управління фінансовими ресурсами: коефіцієнт фінансової автономії, коефіцієнт термінової ліквідності, оборотність активів. Також необхідно проаналізувати їх вплив на економічний результат діяльності, тобто на основні цільові показники управління підприємством: рентабельність активів, темп зростання випуску продукції, чистого доходу від реалізації продукції, товарів, послуг. На прикладі харчових підприємств Одеського регіону проведемо експрес-діагностику їх діяльності за 2008-2011 роки (табл. 5). Інформаційною базою дослідження послуговували дані статуправління в Одеській області: сведені баланси та форма 2 за результатами діяльності підгалузей харчової промисловості регіону за 2008-2011 р.р.

Таблиця 5

Результати експрес-діагностики діяльності підприємств підгалузей харчової промисловості Одеського регіону

Роки	Показники				
	1.Коеф. автономії	2.Коеф. строкової (швидкої) ліквідності	3.Коеф. оборотності активів	4. Рентабельність активів, %	5. Темп росту чистого доходу, %
1. Виробництво м'яса та м'ясних продуктів					
2008	0,41	0,9	1,9	-1,1	X
2009	0,45	1	1,5	-1,1	86,4
2010	0,5	1	1,4	-0,6	95,4

2011	0,57	0	1,5	0,1	115,4
2. Перероблення та консервування овочів та фруктів					
2008	0,15	1	1,2	-14,8	X
2009	0,18	0,5	1,2	0,7	118,1
2010	0,18	0,7	1,4	-0,9	112,8
2011	0,11	0	1,4	-6,2	98,6
3. Виробництво олії та тваринних жирів					
2008	0,09	4,5	0,8	-21,7	X
2009	0,2	0,6	0,8	-0,2	163,2
2010	0,26	0,4	0,5	0	117,4
2011	0,23	0	0,6	-5,1	115,9
4. Виробництво молочних продуктів та морозива					
2008	0,35	1,4	0,8	-16,2	X
2009	0,32	1,1	0,8	-0,7	105,2
2010	0,09	0,4	1,3	-0,2	63,4
2011	0	0	1,1	-7,4	90,6
5. Виробництво борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалу та крохмальних продуктів					
2008	0,55	0,6	1,5	-2,7	
2009	0,56	0,9	1,1	-0,2	109,3
2010	0,59	0,9	1,6	0,9	106,4
2011	0,44	0	1,1	-12,3	88,7
6. Виробництво хліба та хлібобулочних виробів					
2008	0,44	1	1,3	-5,3	X
2009	0,42	0,9	1,1	-0,2	109,3
2010	0,39	1	1,1	-1	108
2011	0,16	0	1,1	-13,8	111,9
7. Виробництво цукру					
2008	0,25	0,9	0,3	-12,5	X
2009	—	—	—	—	—
2010	—	—	—	—	—
2011	—	—	—	—	—
8. Виробництво напоїв					
2008	0,19	0,5	0,7	-8,2	X
2009	0,18	0,6	0,7	-1	111,8
2010	0,21	0,6	0,9	0,2	145,2
2011	0,21	0	0,7	1,7	87,3

Експрес-діагностика діяльності підприємств підгалузей харчової промисловості Одеського регіону показала, що досліджені підгалузі різняться за своїми якісними показниками. Так, згідно даних таблиці 6 видно, що за аналізований період значно покращився стан підприємств з виробництва м'яса та м'ясних продуктів. Позитивним є високий рівень коефіцієнту автономії (0,57), оборотність активів досягає середнього значення (1,5). Все це дозволяє забезпечити ріст темпу росту чистого доходу та збільшення рентабельності активів. Тому дану підгалузь можна охарактеризувати за показниками управління їх фінансовими ресурсами як високоефективну.

Підгалузь з виробництва напоїв за показниками управління їх фінансовими ресурсами можна віднести до низькоефективної. Даній підгалузі

властива низька фінансова автономія (0,2), відсутні платіжні можливості щодо поточної зобов'язаності (показник строкової ліквідності у 2011 році дорівнював 0), коефіцієнт оборотності активів менше за одиницю, спостерігається спад темпів росту виручки від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг. Однак, показник рентабельності зріс за аналізований період на 10 %, та досяг у 2011 році значення 1,7 %.

За результатами проведеної експрес-діагностики підприємства таких підгалузей, як перероблення та консервування овочів та фруктів, виробництво олії та тваринних жирів, виробництво молочних продуктів та морозива, виробництво борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалу та крохмальних продуктів та виробництво хліба та хлібобулочних виробів утворюють кластер збиткових підгалузей. Підприємства даного кластеру відрізняються відсутністю фінансової незалежності (20-35 %), недостатністю коефіцієнта термінової ліквідності (0-1), низькою оборотністю активів (0,5-1,4), скороченням темпів росту чистого доходу та від'ємною рентабельністю активів (-14% - (-5,1%).

Проведена експрес-діагностика стану найважливіших підгалузей харчової промисловості дозволяє в загальних рисах намітити шляхи вдосконалення управління фінансовими ресурсами на підприємствах харчової галузі регіону. Якщо за результатами проведеної фінансової експрес-діагностики підприємства галузі відносяться до високоефективних, то вони в достатній мірі забезпечені власними фінансовими засобами, у них низьке боргове навантаження за короткостроковими зобов'язаннями і, як наслідок, висока рентабельність активів. Відносно цих підприємств доцільна політика неутручання і сприяння їх ефективному функціонуванню.

На низькоефективних та збиткових підприємствах галузі необхідно приведення в нормальну пропорцію власних і залучених коштів, а також реалізація антикризових програм управління. На таких підприємствах, як правило, існують проблеми оновлення основних фондів, забезпечення ефективного обороту капіталу і нарощування наявного обсягу фінансових ресурсів. Рішення названих проблем залежить від регулюючого впливу, як самих підприємств, так і органів влади. Наведена класифікація підприємств харчової промисловості Одеської області за показниками управління фінансовими ресурсами дозволяє здійснювати диференційований підхід і адресний вплив з метою вдосконалення управління в галузевому розрізі, як регіональними органами влади, так і самими підприємствами виходячи з внутрішньогалузевих зіставлень.

Отже, особливого значення в сучасних умовах господарювання набуває своєчасна та об'єктивна оцінка фінансового стану підприємства за існуванням різноманітних форм власності, кожний господарюючий суб'єкт повинен постійно виявляти резерви збільшення прибутку (доходу) фірми, які можна виявити тільки завдяки своєчасній й об'єктивній діагностиці фінансового стану підприємства. Саме знання теоретичних засад діагностики (знання принципів, методів, методики, функцій діагностики та ін.) дозволяє точно поставити діагноз та виявити причини будь-яких негативних або позитивних показників

та тенденцій. А вміння діагностувати фінансовий стан дозволяє підприємству підтримувати стійкий його розвиток.

1.1.2. Варіанти інтеграційних зв'язків харчових підприємств та особливості оцінювання їхньої вартості.

Для досягнення конкурентних переваг на тому чи іншому сегменті ринку суб'єкти господарювання вдаються до реалізації різних варіантів стратегічних змін у діяльності підприємств. В системі управління розвитком вітчизняних підприємств харчової промисловості важливого значення набуває конкуренція на товари, роботи та послуги в межах єдиного ринкового середовища. Це зумовлює необхідність розробки базових стратегій, що визначають шлях розвитку харчопереробних підприємств, сприяють зміцненню інтеграційних зв'язків з сільськогосподарськими підприємствами. З огляду на докорінні зміни у зовнішньому і внутрішньому середовищі, вони великою мірою впливають на ринкову поведінку суб'єктів господарювання. Мірилом вдалої реалізації розроблених стратегічних змін є зростання вартості підприємства. Проте, будь-яка стратегія дисконтується, тобто визначається її вплив на вартість і капіталізацію підприємства, що водночас зумовлює необхідність вибору ставки для оцінювання наміченого проекту. З приводу розробки варіантів інтеграційних зв'язків між харчовими та сільськогосподарськими підприємствами та обґрунтування доцільності використання різних методів оцінки вартості цих підприємств виникає ряд дискусійних моментів, тому їхній розгляд набуває особливої актуальності.

Сучасні реалії господарювання відчизняних харчових підприємств показують, що у підприємств, які відокремлені від безпосереднього виробника сировини, рано чи пізно виникають перебої в постачанні сировини та завантаженні виробничих потужностей, тобто слабкі сигнали ризику потрапляння до кризової ситуації. Тому вважаємо доцільним розглянути варіанти реалізації стратегії інтегрованого зростання підприємств харчової промисловості, які дозволять у перспективі забезпечити їхню стабілізацію і розвиток.

Згідно з даними табл. 1 сьогодні інтеграція між переробною й аграрною сферами АПК можлива у вигляді декількох варіантів:

- сільськогосподарської обслуговуючої кооперації;
- концесії (договірних відносин);
- франчайзингу;
- зворотньої вертикальної інтеграції.

Сама по собі кооперація припускає добровільне об'єднання фізичних і (або) юридичних осіб на основі членства для ведення спільної господарської діяльності з метою задоволення своїх економічних і соціальних проблем на принципах самоврядування [77]. Відповідно до ст. 2 Закону України “Про сільськогосподарську кооперацію” [78], залежно від цілей, завдань і характеру діяльності кооперативи підрозділяються на виробничі й обслуговуючі.

Сільськогосподарські виробничі кооперативи здійснюють господарську діяльність на принципах підприємництва з метою отримання доходу, тоді як основною метою обслуговуючих кооперативів є надання комплексу послуг, зв'язаних з виробництвом, переробкою, збутом продукції рослинництва, тваринництва, лісівництва і рибництва.

Специфічною рисою сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу є те, що його учасник одночасно виступає як співвласник кооперативу, так і його клієнт, що автоматично спонукає товаровиробників до об'єднання. У зв'язку з цим, згідно з Законом України “Про сільськогосподарську кооперацію” [78] метою сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу є самозабезпечення членів - сільськогосподарських товаровиробників агробізнес-послугами, а не отримання прибутку від сторонніх осіб.

Статус неприбутковості організації стосується не ефективності роботи обслуговуючого кооперативу, а розподілу коштів, які в інших суб'єктів господарювання вважаються прибутком. Ці кошти розподіляються між членами кооперативу пропорційно їхньої участі в господарській діяльності як кооперативні виплати, надбавки до реалізаційних цін на продукцію або знижки на ціни постачання або послуг [58, с. 52 – 53].

Створення сільськогосподарської кооперації, по суті, є альтернативним підходом до забезпечення стійкого розвитку виробників сільськогосподарської продукції в умовах відсутності або неефективної роботи підприємств виробничої і соціальної сфери (ці організації надають послуги стороннім особам лише в обсягах, що не перевищують 20% від загального обороту кооперативу). Незважаючи на це, на нашу думку, доцільно відносити цю форму об'єднання до варіантів інтеграційних зв'язків між сільськогосподарськими і переробними підприємствами, оскільки вона дозволяє зазначеним виробникам єдиного технологічного ланцюжка обопільно протистояти впливу спекулятивних посередницьких структур.

Таблиця 1

Варіанти інтеграційних зв'язків між харчовими та сільськогосподарськими підприємствами *

Види інтеграційних зв'язків			
Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація	Концесія (договір)	Франчайзинг	Зворотня вертикальна інтеграція
1	3	4	5
Діяльність цього виду кооперативу полягає в обслуговуванні сільськогосподарського та іншого виробництва учасників кооперації	Укладається договір між органом державної влади та господарюючим суб'єктом.	Укладається договір між правовласником (<i>франчайзером</i>), що реалізує пакет документів (<i>франшизу</i>) та користувачем (<i>франчайзі</i>), що захотів її придбати.	Установлюється контроль над постачальником з боку виробника

Учасник об'єднання є співвласником кооперативного підприємства й одночасно його клієнтом	Предметом договору є надання права на експлуатацію об'єкта концесії Експлуатація об'єкта здійснюється на платній основі та протягом обговореного терміну	Користувач франшизи в праві вести виробничу та комерційну діяльність, використовуючи товарний знак, унікальну технологію та управлінські знання франчайзера	Узгодження інтересів виробника та постачальника здійснюється на основі конвертації (обміну) їхніх акцій
Обслуговуючі кооперативи не ставлять собі за мету одержання прибутку	Особа, яка має право на володіння об'єктом концесії, визначається тільки на конкурсній основі	Одержання права франчайзі вести господарську діяльність за підтримки франчайзера відбувається на платній основі (щомісячні платежі)	
* складено на основі [56; 76; 78; 191, с. 85 – 92; 205]			

Однією з організаційних форм, що дозволяють, на нашу думку, переробним підприємствам самостійно організувати доступ до сировинної зони, є концесія. Вона являє собою надання уповноваженим органом виконавчої влади або органом місцевого самоврядування юридичній або фізичній особі права на створення (будівництво) і (або) управління (експлуатацію) об'єкта концесії на підставі концесійного договору на платній і терміновій основі [76].

На відміну від договору концесії, франчайзинг є формою відносин між незалежними підприємствами і (або) фізичними особами, в межах якої один з підприємців (франчайзер) розробляє модель бізнес-процесу і продає права на ведення бізнесу згідно з цією моделлю іншому підприємцю (франчайзі). У більшості випадків франчайзі отримує права на користування тією чи іншою моделлю підприємницької діяльності на визначеній території і на визначений час [191, с. 25].

Прикладами успішних франчайзингових схем розвитку підприємницької діяльності в Україні є: фірма "ІС", що займається розробкою програмного забезпечення для ведення бухгалтерського й податкового обліку в організаціях; агропромислове об'єднання "Гаврилівські курчата", що займається виробництвом і реалізацією м'яса птиці; мережа ресторанів під торговою маркою "Два гусаки"; мережі закладів швидкого харчування "Макдональдс" і "Баскін Робінс".

Франчайзинг, на відміну від інших, наведених нами форм інтеграції (кооперації, концесії і вертикальної інтеграції), дозволяє відкрити власний бізнес за відносно невеликих початкових витратах. Досить лише придбати франшизу (пакет документів, що має готову бізнес-систему, яка включає керівництво по веденню бізнесу й консультаційні послуги) в організації, що займається випуском франчайзингових пакетів.

Придбавши франшизу, підприємець отримує право на продаж товарів підприємства-виробника під відомою торговою маркою або ж на виробництво продукції за унікальними технологіями, розробленими підприємством-франчайзером, в обмін на частину прибутку від здійснення господарської діяльності, що виплачується у вигляді щомісячних платежів. Одночасно з цим підприємець бере на себе зобов'язання здійснювати господарську діяльність відповідно до встановлених правил у частині технологічної відповідності виробленої продукції розробленим стандартам; незмінності місць продажу товарів, поставлених на реалізацію франчайзером та ін.

Ще одним напрямом розвитку інтеграційних зв'язків між переробними і сільськогосподарськими підприємствами, на нашу думку, є зворотня вертикальна інтеграція, спрямована на зростання підприємства за рахунок придбання або ж посилення контролю над постачальниками. Підприємство може або створювати дочірні структури, що здійснюють постачання, або купувати підприємства, що вже здійснюють постачання [31, с. 95].

Харчове підприємство в разі виникнення збоїв у постачанні сировини оцінює варіанти:

- диверсифікації ризику недопостачання за допомогою пошуку декількох постачальників;
- придбання акцій сільськогосподарського підприємства й входження до складу його акціонерів.

Оскільки більшість сільськогосподарських і переробних підприємств є приватизованими та функціонують у формі акціонерних товариств, то вони мають можливість емітувати й розміщувати цінні папери на фінансовому, кредитному й фондовому ринках. Отримання грошових коштів за рахунок продажу звичайних акцій є гарантією для інвестора і, відповідно, збільшує кредитоспроможність підприємства.

Слід мати на увазі, що звичайні акції не погашаються і позичальник не платить відсотки за користування грошовими коштами, одержаними від їхнього продажу на відміну від користування банківським кредитом. Підприємство-ініціатор контролює розміщення акцій на ринку для усунення ризику втрати контролю. Більш того, якщо підприємство вирішило вийти на ринок цінних паперів, то воно повинне володіти певними умовами прозорості не тільки у фінансовій звітності, але і в мотивах здійснення операції, що є поширеним у західній практиці і починає застосовуватися на території держав СНД.

Дотримуючись стратегії зворотньої вертикальної інтеграції, харчове підприємство купує пакет акцій сільськогосподарського підприємства, що дозволяє йому стати материнською компанією, а сільськогосподарським підприємствам - дочірніми. Організатором інтеграційного процесу і, відповідно, материнською компанією повинно стати саме харчове підприємство, оскільки сільськогосподарські підприємства часто продають сировину посередницьким організаціям унаслідок неможливості її тривалого зберігання у більшості випадків за зниженими цінами.

Великі харчові підприємства змушені купувати сировину у посередницьких організацій з націнкою, підвищуючи частку матеріальних витрат у структурі собівартості кінцевої продукції. Тому варіант формування холдингової структури господарювання застосований більшою мірою для фінансово стійких підприємств-лідерів, зацікавлених у підтримці всіх складових технологічного циклу. Включення до складу акціонерів підприємств-постачальників сировини допускає налагодження стійких зв'язків у постачанні, отримання знижок за оплату готівкою, отримання товарного кредиту. Для сільськогосподарського підприємства інтеграція має наступні вигоди: налагоджений ринок збуту продукції, допомога в проведенні посівного і збирального процесів (закупівля паливно-мастильних матеріалів, субсидування лізингу збиральної техніки) та забезпечення кормами для формування основного стада.

Формування холдингу через розподіл пакета акцій досягається за допомогою купівлі акцій, внесення до статутного фонду, додаткової емісії акцій у зв'язку з переоцінкою майна підприємства й інших способів. При цьому переробне і сільськогосподарське підприємства будуть перебувати в рівних умовах і диспаритет цін буде понижений або виключений. Такий варіант, більшою мірою, є припустимим для підприємств-постачальників, що систематично потрапляють у кризові ситуації.

Як варіант реструктуризації харчових підприємств процес злиття може здійснюватися за рахунок власних коштів підприємства-ініціатора та вкладень інвесторів унаслідок викупу пакета акцій шляхом погашення боргів перед бюджетом, заборгованості перед банками з подальшою конвертацією в акції підприємства-боржника. Вибір способу реструктуризації власними коштами або за допомогою розміщення акцій на ринку багато в чому залежить від вартості товариства, в якому зацікавлено підприємство-ініціатор злиття.

Зіставляючи наведені варіанти фінансування реструктуризації, слід оцінити ефективність господарських одиниць і бізнес-процесів за допомогою техніки *pooling of interests* (об'єднання інтересів), згідно якої усі розрахунки проводяться без переоцінки вартості активів підприємств, що купуються [57, с. 633]. При цьому повинна зберігатися конфіденційність корисної для ухвалення управлінських рішень інформації про майбутні значення таких показників, як *P/E* (співвідношення ціни і прибутку в розрахунку на акцію), рейтингу облігацій і більшості фінансових ресурсів підприємства.

До моменту затвердження остаточного рішення слід провести фінансовий аудит (перевірку фінансового стану підприємства, яке мають намір придбати), діагностику ризикової позиції його операцій, активів і продукції, що випускається. Здійснення додаткових перевірок, аудиту й аналізу операції залежить від специфіки підприємства та здійснюється з урахуванням уже виявлених попередніми аудитами недоліків.

Для здійснення реструктуризації підприємства у вигляді акціонерного товариства необхідно послідовно пройти наступні етапи юридичної процедури організаційної регламентації: для кожного з етапів обов'язково повинні бути визначені умови, а також порядок конвертації акцій

кожного акціонерного товариства в акції і (або) інші цінні папери. У договорі при визначенні порядку конвертації (обміну) цінних паперів указується вид, категорія (тип), номінальна вартість, співвідношення конвертації (обміну).

Поряд із зворотньою вертикальною інтеграцією існує ще й пряма, що припускає активізацію інтеграційних процесів з боку сільськогосподарських підприємств. На нашу думку, на сьогодні така інтеграція практично нездійсненна, оскільки у більшості сільськогосподарських підприємств поки що недостатньо інвестиційних ресурсів і виробничого потенціалу для її проведення.

Таким чином, розгляд варіантів інтеграційних зв'язків між харчовими та сільськогосподарськими підприємствами показав, що ці інтеграційні зв'язки дозволяють сільськогосподарським підприємствам налагоджувати стабільні ринки збуту своєї продукції, а переробним підприємствам – знизити залежність від кон'юнктурних коливань на ринку сировини і потреб постачальників, що нівелює прояв слабких сигналів ризику входження у кризову ситуацію.

Під час оцінки реалізації указаних форм інтеграції спостерігається єдність цілей виробників єдиного технологічного ланцюжка, але засоби їх досягнення різноманітні, тому виникає необхідність розглянути особливості цих форм і як їх оцінює кожен з учасників інтеграційного процесу (табл. 2.).

Суб'єкт господарювання (сільгоспвиробник), який на добровільній основі входить у сільськогосподарську обслуговуючу кооперацію, дістає можливість забезпечити себе ресурсами й послугами для здійснення господарської діяльності. В обмін на це він зобов'язаний сприяти іншим членам кооперативу, тим самим вносячи свій внесок у розвиток цієї організаційно-правової форми власності. У разі виникнення розбіжностей цей сільськогосподарський товаровиробник має право безперешкодно вийти з кооперативу. Отже, членство в такому об'єднанні не несе в собі ніяких негативних наслідків для його учасника. Відповідно, на розвиток кооперативної форми власності, що створює конкурентні відносини для харчопереробних підприємств (оскільки припускає отримання прибутку на всіх стадіях технологічного ланцюжка від заготівлі сировини до реалізації кінцевої продукції), не чинять негативний вплив фактори зовнішнього й внутрішнього середовища її функціонування.

Проте основною причиною, що стримує розвиток зазначеної форми інтеграції, є невідповідність норм Закону України “Про сільськогосподарську кооперацію” нормам Цивільного і Господарського кодексів України та Закону України “Про кооперацію”. Ця причина на практиці призводить до значних непорозумінь з боку податкових органів щодо особливого статусу сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, що, у свою чергу, створює додаткові перешкоди на шляху організації і розвитку сільськогосподарської кооперації.

Статус неприбутковості є базисом створення таких умов роботи обслуговуючих кооперативів, які найефективніше сприяють підтримці вітчизняного сільськогосподарського товаровиробника, його захищеності від

агресивного ринкового середовища. На жаль, не завжди податкові служби дотримуються принципу неприбутковості щодо обслуговуючих кооперативів. Скориставшись неузгодженістю окремих норм Закону України “Про сільськогосподарську кооперацію” і Податкового кодексу, а також відсутністю чітких норм щодо визначення статусу сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів як неприбуткових організацій, податкові органи ухвалили категоричні рішення про те, що сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи не можуть бути включені до реєстру неприбуткових організацій і установ і, відповідно, скористатися податковими пільгами [58, с. 53]. У зв'язку з цим у сільськогосподарських товаровиробників відсутня зацікавленість входження у даний вид кооперації, оскільки, приймаючи статус неприбуткової організації, їм все одно слід сплачувати фіксований або єдиний податок.

Основною перевагою для суб'єкта інтеграційного процесу, що побажав узяти в експлуатацію об'єкт (наприклад, ділянку землі) на умовах концесії, є збереження його юридичної й економічної самостійності. При цьому він бере на себе зобов'язання зі сплати щомісячних платежів за користування об'єктом концесії незалежно від результатів своєї виробничо-фінансової діяльності.

Таблиця 2

Переваги та недоліки інтеграційних зв'язків між харчовими та сільськогосподарськими підприємствами *

Особливості	Види інтеграційних зв'язків			
	Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація	Концесія (договір)	Франчайзинг	Зворотня вертикальна інтеграція
1	2	3	4	5

Переваги	Добровільне членство у кооперативі та безперешкодний вихід із нього	Збереження юридичної та економічної самостійності особи, яка користується об'єктом концесії	<p>Збереження юридичної та економічної самостійності франчайзера і франчайзі</p> <p><i>“Плюси” для франчайзера:</i></p> <p>Збільшення міри контролю на ринку</p> <p>Одержання додаткового доходу при мінімальних витратах та інвестиціях за рахунок розширення виробництва і (або) збуту товарів (послуг)</p> <p>Вивчення ринку на основі зворотнього потоку інформації від франчайзі</p> <p><i>“Плюси” для франчайзі:</i></p> <p>Використання на законних умовах моделі ведення бізнесу підприємства, що продемонструвало на практиці високий рівень ефективності</p> <p>Доступ до гарантованої системи постачання</p> <p>Набуття певного рівня захищеності від конкурентів на території дії франчайзингової угоди</p>	<p><i>“Плюси” для харчового підприємства:</i></p> <p>Зменшення залежності від коливання цін на сировину та матеріали</p> <p><i>“Плюси” для сільськогосподарського підприємства:</i></p> <p>Отримання стабільного ринку збуту своєї продукції</p> <p>Стимулювання розвитку господарської діяльності з боку харчового підприємства</p>
Недоліки	<p>Членство у цьому об'єднанні не несе в собі ніяких негативних наслідків для його учасника.</p> <p>Однак сьогодні в Україні не виконуються законодавчі норми, що стимулюють розвиток діяльності цих структур</p>	Рівень співпраці за допомогою цієї форми інтеграції отримав слабкий розвиток у переробній сфері АПК внаслідок недовіри до державних органів влади через відсутність прозорих, на нашу думку, правил участі у конкурсі	<p><i>“Мінуси” для франчайзера:</i></p> <p>Залежність ефективної роботи від сторонніх організацій</p> <p>Наявність деяких проблем у контролі якості товарів (послуг), що надаються користувачу, що визвано його відносною незалежністю</p> <p>Негативна дія неефективних франчайзі на імідж франчайзера</p> <p>Ймовірність розголошення комерційної таємниці</p>	Часткова або повна втрата юридичної та економічної самостійності з боку сільськогосподарського підприємства

Особливос	Види інтеграційних зв'язків			
	Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація	Концесія (договір)	Франчайзинг	Зворотня вертикальна інтеграція
Недоліки			<p>“Мінуси” для франчайзі:</p> <p>Можлива конкуренція з боку інших користувачів франшиз</p> <p>Відсутність підтримки з боку франчай-зера всупереч оговореним в угоді обо-в'язкам</p> <p>Залежність від фінансової стабільності франчайзера</p>	
* складено на основі [56; 70; 76; 78; 111, с. 10 – 21; 114; 191, с. 65 – 102; 203; 204; 205]				

Проте сам рівень співпраці за допомогою цієї форми інтеграції слабо розвинений у переробній сфері АПК з причини обмеженої довіри до органів державної влади через відсутність прозорих, на нашу думку, умов участі в конкурсі. Наприклад, підставою для недопущення претендента для участі в конкурсі може бути подана не в строк заявка на участь або недостатня (неправдива) інформація про суб'єкта господарської діяльності. Відповідно, перевага може бути віддана наперед вибраній особі. Тим більше, що відповідно до норм Закону “Про концесії” [76] переможцем конкурсу на право експлуатації об'єкта концесії є особа, що запропонувала найкращі умови здійснення концесії відповідно до умов концесійного конкурсу. Зокрема, найкращими умовами можна вважати сам рівень управління об'єктом концесії – у цьому випадку перевагу матиме претендент, що володіє значним досвідом у вибраній сфері діяльності, а підприємство, що перебуває на ранній стадії свого життєвого циклу, або підприємство, що прагне ввійти до вказаного бізнесу, диверсифікувавши свою діяльність, зазнає фіаско. Те ж саме відноситься і до умов забезпечення фінансування діяльності: безумовно, пріоритет у цьому аспекті матиме особа зі значним запасом фінансової тривалості.

Крім того, згідно зі ст. 15 Закону “Про концесії” концесіонер, який належним чином не виконує свої зобов'язання з експлуатації об'єкта концесії або виплати концесійних платежів, може позбутися права на використання об'єкта концесії (наприклад, земельної ділянки) відповідно до рішення суду. Одночасно, відповідно до пп. 4 ст. 12 цього Закону концесіонерам, які експлуатують збиткові або низькорентабельні об'єкти, що представляють важливе соціальне значення, органи державної влади можуть надавати пільги зі сплати платежів та ін.

Резюмуючи викладену причину слабого рівня довіри до органів державної влади зі сторони переробної сфери АПК при взятті об'єкта у

концесію, в частині законодавчо ініційованої “відсутності єдиних правил гри”, можна провести аналогію з нормами Закону України “Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом”, у відповідності з якими до невеликого за розмірами підприємства, що опинилося тимчасово неплатоспроможним, може бути застосована процедура банкрутства, а велике підприємство з мільйонними боргами може одержувати від органів місцевого самоврядування і контрольно-ревізійних служб лише безліч заяв стосовно неефективного управління зазначеним підприємством.

Загальним принципом як у концесійній, так і у франчайзинговій діяльності є збереження юридичної й економічної самостійності суб'єктів інтеграційного процесу з тією лише різницею, що в концесійній діяльності однією зі сторін є держава, а франчайзингові операції укладаються між суб'єктами підприємницької діяльності.

Основною перевагою в реалізації стратегії зворотної вертикальної інтеграції з позиції виробника кінцевої продукції є те, що харчове підприємство має можливість відмовитися від придбання сировини в посередницьких організацій за завищеними цінами, зберігаючи тим самим частину прибутку, що привласнюється ними, всередині нової організаційної структури, що склалася.

Крім того, у процесі конвертації (обміну) акцій реорганізованих підприємств відбувається взаємопроникнення їхніх капіталів, що припускає досягнення паритетних відносин між переробним і сільськогосподарським підрозділами. У цьому випадку для сільськогосподарського підприємства перевагою, як уже раніше згадувалося, є можливість організувати стабільний ринок збуту своєї продукції за трансфертними цінами. Більш того, у процесі проведення вертикальної інтеграції можливо створення й привласнення синергетичного ефекту, що полягає в зростанні продуктивності праці, зниженні собівартості виробленої продукції і підвищенні рентабельності реалізованої продукції.

Ступінь досягнення паритетності у відносинах між аграрною й переробною сферами АПК буде залежати від того, наскільки різняться у виробничому й фінансовому потенціалі підприємства, що реорганізуються. Важливим також є ступінь їхньої зацікавленості в налагодженні інтеграційних процесів як базової стратегічної альтернативи по відношенню до реакції на слабкі ризикові сигнали з боку зовнішнього й внутрішнього середовища їхнього функціонування.

Разом з тим, для сільськогосподарських товаровиробників основним недоліком у процесі проведення вертикальної інтеграції на відміну від кооперації і франчайзингу є втрата самостійності в ухваленні управлінських рішень, тобто відчуження від засобів виробництва. Також важливим є той факт, що розвиток зворотної вертикальної інтеграції у харчопереробному підкомплексі поетапно призводить до концентрації сільськогосподарських земель і, відповідно, посиленню монополізму.

Дослідження показало, що стабілізація й розвиток харчових підприємств напряму пов'язані з розробкою варіантів стратегічних змін у їхній

діяльності, оскільки завдяки їх здійсненню можливо створити умови, необхідні для реалізації обраної стратегії розвитку товариства. Це, у свою чергу, забезпечить йому досягнення конкурентних переваг у ринкових сегментах, які він займає. При цьому із великої кількості базових стратегій, а саме: стратегій концентрованого зростання, інтегрованого зростання, диверсифікованого зростання і стратегії виживання – практично, на нашу думку, на сьогодні тільки дві стратегії можуть здійснити реальний вплив на діяльність харчових підприємств: стратегія інтегрованого зростання та стратегія диверсифікованого зростання.

Під стратегією інтегрованого зростання, на нашу думку, слід розуміти організацію сировинної зони для харчового підприємства та створення умов, що дозволяють забезпечити зближення інтересів виробників і постачальників.

Вважаємо, що диверсифікація, причому комбінаторна – це адаптація підприємства до тих потреб, що на сьогодні висуває ринок.

Як вже раніше зазначалося, обрання будь-якої форми інтеграційних зв'язків між харчовими та сільськогосподарськими підприємствами залежить не лише від цілей та інтересів управлінського персоналу та акціонерів цих підприємств, але й від вартості самих підприємств. Зокрема, проблема адекватного оцінювання вартості підприємства постає у процесі визначення пропорцій конвертації (обміну) акцій при здійсненні інтеграційних зв'язків шляхом зворотної вертикальної інтеграції.

Основним дискусійним аспектом, при цьому, є те, що загальновідомі західні методики оцінювання вартості підприємства зазвичай не завжди дають змогу отримати достовірні результати при оцінюванні вартості українських підприємств. Основною причиною зазначеного, на нашу думку, є те, що пристосовані вони до оцінювання вартості підприємств у економіці, де дотримуються умови прозорості ведення бізнесу. Тому безпосередньо перейдемо до характеристики наявних нині основних методик оцінювання вартості підприємств та виокремимо особливості їхнього застосування у вітчизняній практиці господарювання.

Оцінювання вартості суб'єкта господарювання регламентується в Україні Національними стандартами оцінки, зокрема стандартом № 3 “Оцінювання цілісних майнових комплексів” [150]. Вітчизняне законодавство виокремлює три основних методичних підходи, які застосовуються при оцінюванні вартості підприємства: *майновий*, *дохідний* та *порівняльний*.

Майновий підхід при оцінюванні цілісних майнових комплексів розглядає вартість підприємства з точки зору здійснених витрат. Балансова вартість активів підприємства внаслідок інфляції, зміни ринкової кон'юнктури, використовуваних методів обліку, як правило, не відповідає ринковій вартості. Відповідно перед оцінювачем постає задача корегування балансу підприємства. З цією метою проводиться оцінювання ринкової вартості кожного окремого активу, отримане значення вартостей додається і являє собою сукупну вартість підприємства. Із вартості усіх активів вираховується вартість зобов'язань (боргів) підприємства, тобто визначається чиста вартість підприємства. У практиці оцінки цей алгоритм розрахунку отримав назву

метода накопичення активів. Згідно цього методу вартість підприємства визначається за формулою

$$C_A = \sum A_i - D, \quad (1)$$

де: C_A – вартість чистих активів; A_i – ринкова вартість i -го активу ($i = 1 \dots n$); D – величина зобов'язань.

У випадку якщо $D = 0$, то формула має вигляд

$$C'_A = \sum A_i, \quad (2)$$

Основними методами у рамках майнового підходу є: метод накопичення активів; метод корегування балансової вартості активів; метод розрахунку ліквідаційної вартості підприємства.

Метод накопичення активів передбачає визначення ринкової вартості активів та аналіз заборгованості (дебіторської та кредиторської) шляхом реалізації алгоритму формули (1). В окремих випадках використання результатів оцінювання, якщо не передбачається перехід зобов'язань до майбутнього власника підприємства, застосовується формула (2).

Метод корегування балансової вартості активів передбачає проведення оцінювання активів виходячи з їхньої балансової вартості. Однією з модифікацій цього методу є використання встановлених державою коефіцієнтів індексації.

Метод розрахунку ліквідаційної вартості підприємства базується на визначенні загального фінансового ефекту, отриманого у процесі ліквідації підприємства шляхом окремого продажу його активів та повернення підприємством заборгованості. Під час розрахунку ліквідаційної вартості підприємства застосовують алгоритм, яким передбачається облік необхідності корегування сукупної вартості активів на величину поточної вартості прибутку (збитку) від діяльності підприємства під час ліквідації, а також витрат, які пов'язані з ліквідацією. Але зменшення сукупної вартості активів на суму заборгованості підприємства, для погашення якої, як правило, здійснюється ліквідація, не передбачається.

Оцінки вартості бізнесу на основі майнового підходу передбачають визначення двох видів вартості – діючого підприємства, з одного боку, і ліквідаційної вартості підприємства, з іншого.

Щодо умови визначення вартості діючого підприємства у рамках майнового підходу, тобто на основі майнової оцінки використовуваних ним активів, то встановлена цим способом вартість, як правило, порівнюється із вартістю, що розрахована за допомогою доходного підходу. Отже майновий підхід орієнтується не на виявлені спроможності активів генерувати доходи, а на оцінку вартості активів у гіпотетичних умовах їх можливого продажу. Однак якщо передбачається “гіпотетичний” продаж бізнесу в цілому, то для оцінки його вартості не достатньо тільки тих активів, які фіксуються у бухгалтерській звітності. Відновлювальна вартість цих активів зазвичай не

може надати реальну цінність передбаченого на продаж бізнесу. Тут особливу цінність являють нематеріальні активи підприємства.

Майновий підхід заснований на принципі заміщення. Проте на думку Т. Коупленда та ін. “заміщенню піддаються лише матеріальні активи... Витрати на заміщення матеріальних активів підприємства доволі часто занижують його вартість”. До того ж, “не всі активи суб’єкта господарювання можуть бути заміщені”. “Уявіть собі устаткування, яке використовується тільки у одній визначеній галузі. Витрати на заміну такого активу можуть бути настільки великими, що така заміна стане економічно недоцільною. Однак поки актив генерує позитивний грошовий потік, він залишається цінним для підприємства” [113, с. 310]. Водночас існує доволі значна сфера бізнесу, у рамках якої використання оцінок на базі активів доцільніше, ніж використання інших підходів. Це галузі “для яких вартість активів важлива” [112, с. 638]. До таких галузей відносяться підприємства комунального господарства, фінансові компанії, видобувні підприємства.

Послідовність процедур оцінювання вартості діючих підприємств на основі майнового підходу така:

вихідний момент, що включає оцінювання активів та зобов’язань підприємства за даними останньої до моменту оцінювання бухгалтерської звітності;

облік інфляційної компоненти та корегування у зв’язку з цим грошових характеристик окремих статей активів;

визначення поточної вартості дебіторської та кредиторської заборгованості;

оцінювання чистої вартості активів як різниці між переоціненими активами та зобов’язаннями [172, с. 145].

Якщо при визначенні вартості суб’єкта господарювання іншими методами особовий огляд оцінюваного підприємства не обов’язковий, то під час його оцінювання із використанням майнового підходу такий огляд, як правило, стає необхідністю. Неможливо встановити реальну вартість будівель та споруд, орієнтуючись тільки на дані бухгалтерської звітності про їх так звану “історичну вартість” та зафіксовані у тій же звітності розміри амортизації цих об’єктів. Що стосується земельних ділянок, то в фінансовій звітності, як правило, немає даних щодо їхньої вартості. Тільки оглянувши ці земельні ділянки оцінювач може скласти більш-менш реальне уявлення про вартість кожної з них.

Ліквідаційна вартість визначається як різниця між виручкою від продажу активів та витратами, які пов’язані з ліквідацією та розпродажем активів. Це вартість чистої виручки від реалізації активів підприємства, яке ліквідується. Визначення такого виду вартості передбачає “закінчення або згорнення діяльності підприємства шляхом трансформації активів у готівку з метою подальшої виплати коштів кредиторам у порядку майнових прав, якими вони володіють. Залишок, якщо він залишається, надійде власникам підприємства пропорційно їхній участі у капіталі” [32, с. 719].

Оцінювання підприємства за ліквідаційною вартістю необхідне у випадках його ліквідації з причин банкрутства, внаслідок добровільної ліквідації бізнесу, якщо прогнозні грошові потоки від продовження діяльності підприємства виявляться меншими за суму його чистих активів (різниці між активами підприємства, що оцінені за ринковою вартістю, та його зобов'язаннями).

Під час оцінювання ліквідаційної вартості підприємства виходять з можливості її визначення в залежності від часових умов продажу активів, а саме:

вартість під час “форсованого” продажу активів. Іноді її ще називають аукціонною вартістю;

вартість під час впорядкованого, хоча й обмеженого у часі продажу активів у розрахунку на отримання більшої виручки. Вона ще має таку назву, як вартість активів при нормальному ліквідаційному процесі.

Умови продажу усіх активів підприємства визначаються законодавством про банкрутство. “У рішенні про продаж підприємства повинна міститися вказівка про мінімальну ціну... Початкова ціна продажу підприємства...встановлюється...на основі ринкової вартості майна, яка визначена згідно зі звітом незалежного оцінювача”.

По суті, обґрунтування того чи іншого розміру ліквідаційної вартості – це завдання досягнення оптимальних розмірів чистої виручки. Критерієм оптимізації виступає максимізація чистої виручки. Розв'язати цю проблему без дисконтування можливих розмірів виручки і відповідних витрат, тобто без отримання поточної вартості, практично неможливо.

Доволі часто економісти використовують єдину ставку дисконтування для різних видів активів. Вважаємо, що такі розрахунки носять доволі умовний характер, оскільки ризики продажу різних видів активів неоднакові, а отже, різними повинні бути й ставки дисконтування. На думку фахівців, відносно менші ставки дисконтування повинні застосовуватися до порівняно ліквідніших активів [172, с. 164]. Мінімальна ставка дисконтування має бути не менша за ставку рефінансування Національного банку України (нині її знижено з 8,5 до 7,75 %). Тобто, це мінімальна величина вигод від альтернативного використання грошових коштів покупцем активів. До цього бажано додати річний рівень інфляції та врахувати оцінку ризиків, що пов'язані з труднощами продажу окремих видів активів.

На практиці більшість українських оцінювачів вважають за доцільне ставку дисконтування використовувати на рівні банківської кредитної ставки у валюті юридичним особам, яка коливається в межах 14–21 %. Якщо конкретніше характеризувати компоненти формування ставки дисконтування, то це сума безризикової ставки Національного банку України (5–7 %), ставки за ризик вкладення у нерухомість (1–2 %), ставки за низьку ліквідність активу (3 %), компенсації за загальноекономічний ризик (4–4,5 %), витрат на інвестиційний менеджмент (1,5–2 %). Сума всіх наведених складових становить ставку дисконтування, яка коливається від 14,5 до 18,5 %.

Виручка від реалізації активів очевидно буде істотно менша за зафіксовану фінансовою звітністю. В умовах ринкової економіки типовою є ситуація, коли при ліквідації підприємства отримують 40 % або ще менше облікової вартості запасів. Ще складніша ситуація, коли справа йдеться про устаткування, особливо спеціального призначення. Щодо інфляції, то чим вищий її рівень, тим при інших рівних умовах для кредиторів важливіше, щоб активи підприємства-банкрута були продані якомога скоріше.

Схема визначення ліквідаційної вартості така. При визначенні балансу ліквідаційної вартості виходять з реальних можливостей отримання тієї чи іншої виручки від реалізації окремих видів активів. Саме таким чином формується актив балансу ліквідаційної вартості підприємства.

У пасив балансу включаються витрати, що пов'язані з діяльністю конкурсного керуючого і його команди. Ці нові зобов'язання включають управлінські витрати, а також витрати на зберігання активів до моменту їхньої реалізації.

Різниця між вартістю активів (за ціною їхньої реалізації) і зобов'язаннями плюс власний капітал може бути:

позитивною – залишається акціонерам (рідкісний випадок у практиці);

від'ємною – при цьому акціонерів можна запевнити, що нічого не залишається, незмінними зберігаються зобов'язання перед конкурсним керуючим, а залишкова частина відходить до кредиторів.

Оцінювання активів та зобов'язань проводиться з урахуванням таких особливостей:

необоротні активи в частині основних засобів, нематеріальні активи та незавершене будівництво – оцінюються виходячи з ринкової вартості;

необоротні активи в частині довгострокової дебіторської заборгованості та відстрочених податкових активів, поточна дебіторська заборгованість – оцінюються з урахуванням терміну їхнього повернення (погашення, відшкодування) та ймовірності такого повернення;

матеріальні оборотні активи (запаси, товари) у разі, коли їх поточна вартість еквівалентна вартості, відображеної у бухгалтерському обліку, – оцінюється виходячи з вартості таких активів за даними бухгалтерського обліку, в інших випадках – виходячи з ринкової вартості або вартості ліквідації, якщо ринкова вартість не перевищує вартість ліквідації;

довгострокові та поточні фінансові інвестиції – оцінюються виходячи з їхньої ринкової вартості, а одержані векселі – оцінюються виходячи з їх ринкової вартості з урахуванням терміну та ймовірності погашення;

поточна вартість довгострокових та поточних зобов'язань залежно від їх виду визначається такою, що дорівнює вартості, відображеній у бухгалтерському обліку, або розраховується шляхом дисконтування сум (основний борг, відсотки), які підлягають погашенню у відповідних періодах за обґрунтованою для кожного зобов'язання ставкою дисконту.

Оцінювання підприємства за допомогою *дохідного підходу* базується на тому, що потенційний покупець не заплатить за об'єкт суму, яка буде більшою за поточну вартість майбутніх доходів. Цей метод найпридатніший для обліку

інвестиційних інтересів, коли покупця цікавить не набір конкретних активів, а доходи, які він буде отримувати від їхнього використання. Зазначимо, що для підприємств з позитивною динамікою доходів минулого періоду, які прибутково функціонують на дату оцінювання, мають реальні перспективи розвитку, оцінювання за дохідним підходом не викликає труднощів.

Інша справа, коли підприємство малоприбуткове або збиткове. У цьому разі оцінювання є лише базою для прийняття управлінських рішень щодо підвищення дохідності. При оцінюванні вартості у рамках дохідного підходу поточна вартість майбутніх доходів розраховується лише відносно активів, які необхідні для отримання цих доходів. Зайві активи оцінюються окремо (майновим, порівняльним або дохідним підходом) і додаються до вартості підприємства, яка визначена на основі доходів. Узагальнюючим показником дохідності підприємства виступає грошовий потік, що являє собою сальдо надходжень від бізнесу та платежів. У рамках дохідного підходу використовують два такі його різновиди, як метод дисконтування грошових потоків та метод прямої капіталізації [149, с. 118].

Метод дисконтування грошових потоків заснований на тому, що майбутні грошові потоки зі своїми коефіцієнтами дисконтування приводяться до величини, яка дорівнює сумі їх поточних вартостей, тобто

$$C_d = \frac{D_1}{(1+d)^1} + \frac{D_2}{(1+d)^2} + \dots + \frac{D_n}{(1+d)^n}, \quad (3)$$

де: C_d – вартість підприємства, що визначена методом дисконтування грошових потоків; $D_1 \dots D_n$ – майбутні грошові потоки, які генерує підприємство; d – ставка дисконтування; n – кількість років прогнозу грошових потоків.

З точки зору теорії фінансів, метод дисконтування грошових потоків є найточнішим методом оцінки по доходу у випадку, якщо вдається скласти довгостроковий прогноз майбутньої діяльності підприємства. У світовій практиці стандартний термін прогнозування становить 10–15 років. Але для підприємств, які функціонують у нестабільному зовнішньому середовищі, термін прогнозування скорочується до 2–3 років.

Величина вартості підприємства, розрахована виходячи з двох-трьохрічних величин грошових потоків, буде менш достовірною, ніж величина вартості, отримана на основі використанням тривалішого періоду прогнозування доходів. Компенсацією зменшення вартості виступає реверсія (вартість підприємства у післяпрогнозний період), величина якої дає змогу зменшити різницю у тривалості прогнозного періоду. При використанні коротшого за стандартний періоду прогнозування розрахунок методом дисконтування грошових потоків набуває вигляду:

$$C_d = \frac{D_1}{(1+d)^1} + \dots + \frac{D_n}{(1+d)^n} + P, \quad (4)$$

де: $n = 2 \dots 3$ роки; P – реверсія.

Загальна величина вартості розраховується шляхом додавання вартостей прогнозного та післяпрогнозного періодів.

Метод прямої капіталізації за змістом являє собою частковий випадок методу дисконтування грошових потоків і відображає ситуацію, при якій грошові потоки за роками є рівними між собою, а їхнє отримання очікується протягом тривалого періоду часу (умовно прирівнюється до нескінченості). Математична формула являє собою суму членів геометричної прогресії, яка дорівнює величині D/d .

$$\frac{D}{(1+d)^1} + \frac{D}{(1+d)^2} \dots \frac{D}{(1+d)^\infty} \approx \frac{D}{d}, \quad (5)$$

де D – річний постійний, направлений у нескінченість грошовий потік.

Отже, розрахунок вартості за допомогою прямої капіталізації здійснюється за формулою

$$C_k = \frac{D}{d}, \quad (6)$$

де C_k – вартість підприємства, визначена методом прямої капіталізації.

Звісно, що припущення стосовно нескінченного періоду часу отримання рівних за роками доходів від експлуатації підприємства є вельми умовним. Це забезпечує нижчу точність оцінювання вартості, порівняно з методом дисконтування грошових потоків. Похибка розрахунку, зумовлена нескінченим періодом отримання грошових потоків, не виправляється. Проте за допомогою методу прямої капіталізації можна використовувати не тільки постійні грошові потоки, а й такі, що збільшуються постійними темпами і визначаються за формулою

$$C_k = \frac{D(1+g)}{k}, \quad (7)$$

де: k – ставка капіталізації (ризик); g – довгострокові постійні темпи зростання грошових потоків.

Ставка капіталізації дає можливість встановити зв'язок між грошовими потоками, які постійно збільшуються, та вартістю підприємства. Згідно з моделлю Гордона, вона являє собою модифіковану ставку дисконту

$$k = d - g, \quad (8)$$

При оцінюванні вартості за допомогою ставки капіталізації зберігається припущення щодо нескінченості частоти отримання грошових потоків. Варто також зазначити, що величина темпів зростання грошових потоків не повинна перевищувати ставку дисконту. Отже доцільно використовувати цей метод тільки за умови, коли $d > g$.

У рамках дохідного підходу до оцінювання вартості підприємства можливо використання комбінації методів дисконтування та прямої капіталізації. Вона базується на тому, що управлінський персонал вдається до удосконалення бізнесу та доведення його до оптимального рівня, який влаштовує акціонерів, або ж до стабільно зростаючих доходів від здійснення

виробничо-фінансової діяльності. Така комбінація методів оцінювання формалізовано має вигляд

$$C_{dk1} = \frac{D_1}{(1+d)^1} + \frac{D_2}{(1+d)^2} + \dots + \frac{D_l}{(1+d)^l} + \frac{D_m}{(1+d)^{l+1}} / d. \quad (9)$$

$$C_{dk2} = \frac{D_1}{(1+d)^1} + \frac{D_2}{(1+d)^2} + \dots + \frac{D_l}{(1+d)^l} + \frac{D_m (1+g)}{(1+d)^{l+1}} / k. \quad (10)$$

$$C_{dk3} = D_m A_{nf} + \frac{D_m (1+g)}{(1+d)^{f+1}} / k. \quad (11)$$

де: C_{dk1} – вартість підприємства, визначена за допомогою комбінації методів дисконтування та капіталізації в умовах очікування неоднакових грошових потоків з їхньою наступною стабілізацією; C_{dk2} – вартість підприємства, визначена за допомогою комбінації методів дисконтування та капіталізації в умовах очікування неоднакових грошових потоків із постійними темпами їхнього зростання; C_{dk3} – вартість підприємства, визначена за допомогою комбінації методів дисконтування та капіталізації в умовах очікування однакових за розміром грошових потоків з постійними темпами їхнього зростання; $D_1 \dots D_i$ – різні за розміром грошові потоки; L – термін, протягом якого грошові потоки різняться між собою; D_m – постійний грошовий потік; A_{nf} – поточна вартість ануїтету за ставки дисконту d та терміну f .

Дохідний підхід до оцінювання вартості підприємства можна також використовувати у сукупності із майновим та порівняльним підходами. Логіка такого використання впливає з того, що протягом визначеного періоду часу власники очікують від здійснення виробничо-фінансової діяльності на підприємстві дохід у вигляді грошових потоків, а потім продають свою власність. Оцінювання підприємства, що продається, може здійснюватись виходячи з чистої вартості підприємства, ліквідаційної вартості та вартості, яка визначена на ринку на момент продажу. У цих випадках вартість підприємства визначається таким чином

$$C = C_{dv} + PVC_{zmk}. \quad (12)$$

$$C = C_{dv} + PVC_{plv}. \quad (13)$$

$$C = C_{dv} + PVC_{pvr}. \quad (14)$$

де: C – вартість підприємства, визначена за допомогою декількох підходів; C_{dv} – вартість підприємства, визначена методом дисконтування грошових потоків за період володіння підприємством; PVC_{zmk} – поточна чиста вартість цілісного майнового комплексу на момент продажу підприємства; PVC_{plv} – поточна ліквідаційна вартість на момент змушеного продажу підприємства; PVC_{pvr} – поточна вартість, визначена за допомогою порівняльного підходу на момент продажу підприємства.

Вартість підприємства, що продається, може становити базу оцінювання реверсії (вартості підприємства у післяпрогнозний період) за припущення продажу підприємства у післяпрогнозований період. Проте розрахунок поточної величини майбутньої вартості підприємства, що продається, ускладнюється необхідністю визначення майбутньої вартості чистих активів, ліквідаційної вартості або цін продажів аналогів. Тому на практиці, під час розрахунків реверсії, виходять з припущення, що грошові потоки у післяпрогнозний період стабілізуються на рівні, якого досягнуто у останньому році прогнозного періоду, або будуть зростати постійними темпами. Розрахунок реверсії може бути таким

$$P = \frac{D_N}{(1+d)^{N+1}} / k . \quad (15)$$

$$P = \frac{D_N (1+g)}{(1+d)^{N+1}} / k , \quad (16)$$

D_n – грошовий потік останнього року прогнозного періоду.

Підводячи підсумки розгляду технології дохідного підходу до вартості підприємства доцільно відмітити, що основні проблеми, які виникають під час його використання, полягають у прогнозуванні майбутніх грошових потоків, розмір яких визначає вартість, а характер – вибір методу оцінювання; визначені ставки дисконтування (ставки капіталізації).

Складові грошового потоку, який використовується при прогнозуванні вартості підприємства, дещо інші, ніж структура грошових потоків від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Вона різниться для грошового потоку на власний та позиковий капітал (табл. 3).

Таблиця 3

Складові грошового потоку для оцінювання вартості підприємства*

Грошовий потік на власний капітал	Грошовий потік на весь вкладений капітал
Прибуток від основної діяльності після оподаткування, що залишається у розпорядженні управлінського персоналу підприємства	Прибуток від основної діяльності після оподаткування, що залишається у розпорядженні управлінського персоналу підприємства
Відняти відсотки по заборгованості	
Додати амортизацію	Додати амортизацію
Додати (відняти) зміну оборотних коштів	Додати (відняти) зміну оборотних коштів
Додати (відняти) зміну боргу	
Відняти інвестиції	Відняти інвестиції

- Джерело: [23, с. 53].

Використання у розрахунках прибутку від основної діяльності підприємства зумовлено тим, що у рамках прогнозу неможливо врахувати майбутні прибутки з інших джерел (реалізації майна, курсових різниць та ін.). Відсотки по заборгованості являють собою майбутні виплати процентів за взятими кредитами або облігаціям, що погашаються. Амортизація у прогнозі розглядається як повернення капіталу, який вкладено в основні засоби та нематеріальні активи і визначається згідно з нормами Податкового кодексу України, оскільки вони відображають реальні грошові потоки.

Зміна оборотних активів двояко впливає на грошовий потік – у випадку, якщо прогнозується збільшення обігових коштів – грошовий потік треба буде зменшити на розмір їхнього приросту, оскільки відбувається витрачання наявних грошових коштів. Якщо ж передбачається зменшення оборотних коштів, то грошовий потік, відповідно, збільшується. Така ж логіка оцінювання зміни боргу. Інвестиції як довгострокові вкладення капіталу в будь-яку сферу діяльності, завжди зменшують розмір грошового потоку.

Оцінювання ризиків підпорядковується “золотому правилу інвестування” – дохід, який очікує отримати інвестор, повинен бути пропорційним ризику, на який погоджується інвестор заради отримання цього доходу. Тобто, чим більше ризиковані інвестиції, тим більша компенсація має пропонуватися інвестору [23, с. 58].

Основою при визначенні ставки дисконтування є внутрішня норма дохідності конкретного підприємства, що являє собою ставку дисконту, при якій вартість підприємства дорівнює нулю. Для визначення внутрішньої норми дохідності розраховується така ставка дисконту, при якій сумарна поточна вартість надходжень від бізнесу дорівнює сумарній вартості платежів. Тобто для внутрішньої норми дохідності повинна виконуватись умова

$$\sum_{n=1}^m PVD_n - \sum_{n=1}^m PVR_n = 0, \quad (17)$$

де: PVD_n – поточна вартість надходжень від бізнесу у n -році ($n = 1...m$);
 PVR_n – поточна вартість платежів підприємства (витрат, які зменшують надходження) у n -році.

Наведемо приклад розрахунку внутрішньої норми дохідності, де надходження й платежі протягом умовного періоду прогнозування становлять 5 років (табл. 4). Приведення надходжень та платежів до поточної вартості з використанням різних ставок дисконтування показано нижче (для спрощення розрахунків у 1-й рік поточна вартість грошової одиниці дорівнює 1).

Початкові дані для визначення внутрішньої норми дохідності*

1-й рік	0	-7000
2-й рік	0	-7000
3-й рік	+6000	0
4-й рік	+7000	0
5-й рік	+9000	0
Σ	+22000	-14000

* Джерело: [23, с. 59].

При ставці дисконту 19 % різниця між надходженнями та платежами дорівнює 0 (табл. 5). Тобто виходячи із розміру доходів та притаманних їм ризиків, підприємство вартості не має. Аналіз даних показав, що вартість з'являється при ставці дисконту 19 %, а при перевищенні цієї цифри стає від'ємною величиною.

Розрахунок внутрішньої норми дохідності

Рік	Надходження	Платежі	Поточна вартість грошових потоків					
			При ставці дисконту 16 %		При ставці дисконту 19 %		При ставці дисконту 22 %	
			Надходження	Платежі	Надходження	Платежі	Надходження	Платежі
1		7000		7000		7000		7000
2		7000		6030		5880		5740
3	6000		4460		4240		4030	
4	7000		4480		4150		3850	
5	9000		4970		4490		4060	
Σ			13910	13030	12880	12880	11940	12740
Різниця			+880		0		-880	

* Джерело: [23, с. 59].

Як зазначалось, внутрішня норма дохідності стає орієнтиром для інвестора. Якщо його влаштовує дохідність нижче цієї норми, то підприємство викликає інтерес (має вартість), якщо ж дохідність, що вимагається, перевищує внутрішню норму, то за таких умов інвестування не відбудеться.

Виходячи з принципу зміни вартості, розрахунки здійснюються на конкретну дату. Приведення доходів у поточну вартість формалізовано описується функцією поточної вартості грошової одиниці. Вона визначається на дату оцінювання за допомогою формули

$$V_o^n = \frac{1}{(1+d)^n \cdot (1+b \cdot d)}, \quad (18)$$

де: n – період надходження доходів, роки ($1 \dots n$); b – частина року, яку отримують шляхом ділення кількості днів, які залишились до кінця року, на загальну кількість днів у році; d – ставка дисконту.

Для визначення ставки дисконтування можна використовувати один з трьох способів – модель оцінювання капітальних активів; метод кумулятивної побудови; метод вартості капіталу.

Детально зупинимось лише на методі вартості капіталу, оскільки він найчастіше використовується оцінювачами. Цей метод пов'язує ставку дисконтування, що характерна для конкретного підприємства, з середньоринковими ставками дохідності, яких очікують власники та кредитори підприємств. Метод вартості капіталу виступає у формі моделі WACC (середньозважена вартість капіталу):

$$d = i_{A1} \cdot W_{A1} + i_{A2} \cdot W_{A2} + i_c \cdot W_c, \quad (19)$$

де: i_{A1} – ринкова ставка дохідності простих акцій; W_{A1} – частка простих акцій у структурі капіталу; i_{A2} – ринкова ставка дохідності привілейованих акцій; W_{A2} – частка привілейованих акцій у структурі капіталу; i_c – ринкова ставка дохідності за облігаціями (банківським кредитам); W_c – частка позикового капіталу (облігацій, банківських кредитів) у структурі капіталу.

Врахування особливостей підприємства, яке оцінюється, здійснюється згідно із моделлю WACC шляхом корегування ринкових ставок дохідності на індивідуальну структуру його капіталу. Зазначимо, що метод WACC не призначений для оцінювання вартості підприємств. Розрахована за цим методом ставка дисконтування, тільки характеризує ціну капіталу суб'єкта господарювання (у відсотках).

Як зазначалось, визначення ставки дисконту можна робити також за допомогою *очікувань кредиторів*. У цьому випадку ставка дисконтування для конкретного підприємства прирівнюється до ставки відсотка за кредит, під який це підприємство залучає позикові кошти, або до норми дохідності облігацій підприємства (у тому числі й розміщених на зарубіжних фондових ринках), тобто

$$d = i_c, \quad (20)$$

Логічним доказом цього підходу є те, що ризики підприємства визначені не оцінювачем, а банком, який фінансує (при кредитуванні) або ринком (за умови вдалого розміщення облігацій). Передбачається, що очікування компенсацій кредиторів співпадають з очікуваннями акціонерів.

У випадку якщо підприємство має можливість залучати гроші з європейського ринку під відсотки, які на ньому склалися, ставка дисконтування прирівнюється до ставки *LIBOR* (вартість відсотків на лондонському ринку) з урахуванням ризику країни (для України 1–2 %).

$$d = LIBOR + 1 \dots 2\%,$$

(21)

Особливістю *порівняльного підходу* оцінювання підприємств є орієнтація його на використання ринкових цін на аналогічні підприємства (їхні складові) та на фактично досягнуті результати оцінюваного підприємства. Завдяки цьому порівняльний підхід має декілька переваг порівняно з витратним та дохідним підходами.

Переваги порівняльного підходу полягають у тому, що оцінювач орієнтується на фактичні ціни купівлі-продажу, що склалися на ринку (тобто ціна визначається ринком), а не коректністю виконаних розрахунків, як при використанні витратного та дохідного підходів.

Основою оцінювання є поточна інформація (меншою мірою попередня), яка відображає фактично досягнуті результати. Звісно, що така інформація достовірніша за прогнози у дохідному підході. Істотну перевагу також надає урахування у вартості фактичних співвідношень між попитом та пропозицією на аналогічні об'єкти, що підвищує обґрунтованість оцінювання завдяки відображенню стану поточної ринкової ситуації.

Водночас з перевагами порівняльний підхід має й певні недоліки. Для використання цього підходу має активно функціонувати ринок підприємств. Лише завдяки цьому можливий вибір достатньо порівняльних аналогів. До того ж ринок повинен бути прозорим, тобто інформація про підприємства має бути доступною. Оскільки ці наведені дві умови для вітчизняної практики господарювання не властиві, оцінювання з використанням порівняльного підходу стає значною мірою обмеженим.

Порівняльний підхід до оцінювання підприємств здійснюється за допомогою використання таких методів, як метод галузевих співвідношень, метод ринку капіталів та метод угод (продажів).

Метод галузевих співвідношень базується на існуванні залежності між вартістю підприємства та визначеними показниками його діяльності. Така залежність встановлюється за результатами кореляційно-регресійного аналізу на основі статистичних даних про продаж підприємств різних галузей. Найтипівіші галузеві співвідношення, властиві для розвинених ринків наведено в табл. 6.

Таблиця 6

Галузеві співвідношення між вартістю підприємств та показниками їхньої господарської діяльності

Вид бізнесу	Формула вартості бізнесу
Рекламні агентства	75 % річної виручки
Бухгалтерські фірми	90–150 % річної виручки
Продаж нових авто	50 % річної виручки + товарні запаси на обслуговування
Оренда автомобілів	Кількість машин × 1000 доларів США
Хлібопекарні	15 % річного обсягу продажів + устаткування + товарні запаси
Кофейні	Обсяг продажів за місяць × 4 + товарні запаси

Аптеки	75 % річного чистого прибутку + обладнання + товарні запаси
Кінотеатр	чистий прибуток за рік × 4
Піцерії	Обсяг продажів за місяць × 4 + товарні запаси
Таксі	80 % річного чистого прибутку
Автомайстерні	Чистий прибуток за місяць × 2 + ринкова ціна обладнання
Магазини з продажу вина	Обсяг продажів за місяць × 5 + товарні запаси + ціна торгівельного патенту
Страхові компанії	120–150 % від річних комісійних
Бари та кафе	Обсяг продажів за півріччя + вартість торгівельного патенту

* Джерело: [23, с. 34].

Оскільки цей метод враховує співвідношення у вартості в цілому по галузях, то для оцінювання окремих підприємств він використовується як орієнтир. В узагальненому вигляді метод застосовується згідно з “золотим правилом оцінювання” – вартість підприємства дорівнює чотирьохкратній величині прибутку до оподаткування. Нині у практиці оцінювання метод галузевих співвідношень не використовується у зв’язку з відсутністю активних торгів та необхідної інформації, яка, до речі, повинна відображати достатньо довгу ретроспективу угод.

Метод ринку капіталів базується на цінах, що склалися на акції підприємств, що тотожні оцінюваному на фондовому ринку. Оскільки базою оцінювання виступає вартість однієї акції, то у “чистому” вигляді метод використовується для оцінювання міноритарних пакетів акцій, які не надають право контролювати діяльність акціонерного товариства. Хоча існують засоби, що дозволяють перейти від оцінювання міноритарного, до контрольного пакета або вартості всього підприємства.

Метод угод (продажів) передбачає використання цін придбання контрольних пакетів акцій або підприємств. Він надає можливість перейти від оцінювання вартості всього підприємства до вартості міноритарного пакета акцій.

Технології використання зазначених методів співпадають. Розбіжність полягає в тому, що при оцінюванні підприємства методом ринку капіталів визначальною величиною виступає ціна однієї акції, а при оцінюванні методом угод – ціна контрольного пакета акцій. Методи передбачають вибір підприємств-аналогів, розрахунок співвідношення між ціною аналогів та яким-небудь фінансовим показником їхньої діяльності (мультиплікатором), визначення вартості.

Мультиплікатор являє собою показник співставлення вартості акції (вартість контрольного пакета акцій або підприємства) з фінансовою базою

$$M = \frac{C}{F}, \quad (22)$$

де: M – оціночний мультиплікатор; C – вартість об’єкта (акції, контрольного пакета акцій або підприємства); F – показник фінансової бази.

Оціночні мультиплікатори класифікуються за двома групами. У першій групі фінансовою базою виступають ресурсні показники, а в другій – результативні.

Такий підхід до обрання показників фінансової бази зумовлений тим, що підприємство являє собою “чорну скриньку”, до якої надходять ресурси, що згодом трансформуються у результати діяльності.

Основними оціночними мультиплікаторами є: вартість / капітал; вартість / виручка; вартість / чисті активи; вартість / грошовий потік; вартість / прибуток; вартість / дивіденд.

Використовуються мультиплікатори відповідно до вимог, за яких мультиплікатори повинні мати мінімальну розбіжність величин. Виявлені під час розрахунків екстремальні значення мультиплікаторів відкидаються.

Використання під час оцінювання одного мультиплікатора передбачає таку послідовність дій: 1) розрахунок мультиплікатора по кожному підприємству-аналогу; 2) відкидання отриманих екстремальних значень; 3) розрахунок середнього значення мультиплікатора; 3) оцінювання вартості шляхом множення середнього значення мультиплікатора об’єктів-аналогів до фінансової бази оцінюваного підприємства (формула 21) [192, с. 112].

$$C_A = M_{ch} P_1, \quad (23)$$

де: C_A – вартість підприємства, визначена за допомогою методу ринку капіталів (угод); M_{ch} – середнє значення мультиплікатора підприємств-аналогів; P_1 – фінансовий показник підприємства-аналога, який використовується при розрахунку мультиплікатора.

Використанням різних видів мультиплікаторів передбачається, що у підсумку будуть отримані різні значення вартості підприємства. У цьому випадку можливі два варіанти оцінювання підсумкової вартості. За першим варіантом визначається середнє значення з усіх отриманих величин. Воно здійснюється за умови, якщо оцінювач однакового довіряє усім мультиплікаторам. У разі, коли оцінювач вважає, що різні мультиплікатори неоднаково характеризують об’єкт оцінювання, використовується метод зважування (другий варіант оцінювання підсумкової вартості).

Вартість оцінюваного підприємства визначається таким чином:

$$\text{за першим варіантом } \frac{C_{A1} + \dots + C_{An}}{n}; \quad (24)$$

$$\text{за другим варіантом } \frac{C_{A1} Y_1 + \dots + C_{An} Y_n}{n}, \quad (25)$$

де: $C_{A1} \dots C_{An}$ – вартість підприємства, отримана за допомогою n числа мультиплікаторів; $Y_1 \dots Y_n$ – частки мультиплікаторів від 1 до n ($Y_1 \dots Y_n = 1$); n – кількість мультиплікаторів.

Підсумкова величина вартості повинна бути скорегована у залежності від методів розрахунку та фінансового стану оцінюваного підприємства. Корегування здійснюється шляхом внесення поправок, що являють собою знижки або надбавки до вартості. Найтиповішими є поправки на контроль, недостатню ліквідність, наявність не використовуваних активів, наявність власних обігових коштів, потреби у капітальних вкладеннях, необхідність в інвестиціях у природоохоронну сферу та ін.

Узагальнення наведених роздумів щодо варіантів інтеграційних зв'язків між харчовими та сільськогосподарськими підприємствами із виділенням їхніх переваг і недоліків з урахуванням цілей та інтересів розвитку суб'єктів господарювання, а також оцінювання вартості підприємств у вітчизняній практиці господарювання дає змогу сформулювати такі висновки:

у процесі дослідження встановлено, що з множини базисних стратегій розвитку підприємства на сьогодні тільки дві стратегії можуть зробити реальний вплив на харчові підприємства: стратегія інтегрованого зростання та стратегія диверсифікованого зростання. Під стратегією інтегрованого зростання слід розуміти організацію сировинної зони для харчового підприємства й створення умов, що дозволяють забезпечити зближення інтересів виробників та постачальників. Диверсифікація – це адаптація підприємства до тих потреб, які на сьогодні висуває ринок;

виявлення особливостей інтеграційних зв'язків між харчопереробними й аграрними підприємствами показало, що найбільш реальною на сьогодні є організація інтеграційних зв'язків між виробником і постачальником за допомогою зворотньої вертикальної інтеграції, яка направлена на зростання підприємства за рахунок придбання або посилення контролю над постачальниками. При цьому, оскільки більшість сільськогосподарських та харчових підприємств є приватизованими і функціонує у формі акціонерних товариств, то узгоджувати інтереси суб'єктів інтеграційного процесу пропонується на основі справедливого визначення пропорцій конвертації (обміну) їхніх акцій;

зосередження уваги на дослідженні саме цієї форми інтеграції обумовлена тим, що, на нашу думку, організація сировинної зони для харчопереробного підприємства за допомогою інших форм, що передбачають інтеграцію товариств на добровільній основі із збереженням їхньої економічної і юридичної незалежності, наприклад, кооперації, на сьогодні є нездійсненною. Оскільки між підприємствами як аграрної, так і переробної сфери АПК спостерігається слабкий рівень довіри. Здійснення ж прямої вертикальної інтеграції, що передбачає активізацію інтеграційних процесів з боку сільськогосподарських підприємств, у цей час практично не є можливим, оскільки у більшості аграрних підприємств поки що недостатньо інвестиційних ресурсів і виробничого потенціалу для її проведення;

оскільки технології оцінювання вартості підприємства значною мірою не пристосовані до вітчизняної практики господарювання, то оцінювач може користуватись будь-якими загально визнаними західними методиками

оцінювання. Правильність розрахунків буде залежати лише від того, наскільки вдало він зможе їх обґрунтувати;

методичні підходи до оцінювання вартості підприємств застосовуються лише на рівні великого бізнесу або на підприємствах, які створені із залученням іноземного капіталу. На рівні малого та середнього бізнесу зазвичай застосовується підхід, за яким передбачається окупність вкладених інвестицій протягом 3–5 років. Така простота у виявленні доцільності або недоцільності здійснення інвестування зумовлена тим, що досі український бізнес не є прозорим;

непрозорість вітчизняного ділового середовища пов'язана не тільки, і навіть не стільки з тінізацією економіки, а, насамперед, з відсутністю на більшості українських підприємств налагодженого управлінського обліку, зі значним управлінським ризиком, що зумовлений невиправданістю прогнозів, оскільки технології їх проведення, як правило, “скопійовані” із західної практики, яка передбачає наявність більш-менш стабільної економіки;

недосконалість прогнозів спричинена також тим, що зазвичай підприємці не можуть правильно визначити технологічні можливості обладнання (правильно визначити виробничу потужність устаткування), що у свою чергу потребує здійснення додаткових інвестицій, а тому всі надані прогнози, визначені на їх основі ставки дисконтування і, врешті-решт, вартість підприємства – є помилковими;

при визначенні ставки дисконтування фінансові директори в основному використовують найпростіший спосіб – обирають кредитну ставку, за якою банк надає позики юридичним особам і не обтяжують себе складними розрахунками. На нашу думку, логіка таких дій полягає у тому, що, *по-перше*, національні стандарти оцінки дають змогу це робити. *По-друге*, яким би підходом не була визначена вартість підприємства, яке збираються купувати, джерела на цю купівлю будуть не лише власними, а й позиковими. Тому спрацьовує правило ефекту фінансового важеля – рентабельність сукупного капіталу підприємства повинна бути більшою за номінальну або уточнену (з урахуванням податкової економії) ціну позикових коштів, що забезпечить збільшення власного капіталу придбаного підприємства та доцільність здійснення інвестицій, а відповідно й зумовить необхідність оцінювання його вартості.

1.2. Аналітична оцінка інноваційного потенціалу підприємств.

Якщо категорія „інновація” досить змістовно визначається і навіть регламентується Законом України “Про інноваційну діяльність”: інновації – новостворені і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери, то у словосполученні з категорією „потенціал” є дуже складним та неоднозначним поняттям. Так обумовлюється це, у першу чергу, складною природою поняття

„потенціал”, а також його, так би мовити, постійною еволюцією. Кожен з вчених-економістів, що займаються питанням економічних систем, інвестиційного та інноваційного менеджменту, намагається застосувати його виключно у контексті якихось своїх завдань. У меншій мірі це стосується понять „економічний потенціал” чи „потенціал підприємства”, бо існує досить доволі ґрунтовних та фундаментальних робіт та досліджень щодо економічного потенціалу, що, між тим, не заважає їх авторам неоднозначно його трактувати. Коли ж мова йде про інноваційний потенціал то; по-перше, бракує цих самих фундаментальних праць, що визначали би його; по-друге, майже завжди, він розглядається у контексті інших питань (економічного потенціалу, інноваційного менеджменту і т. і.), тому поняття використовують не намагаючись його визначити; по-третє, якщо намагаються визначити, то як результат тієї чи іншої методичної розробки щодо його оцінки. Втім, все це зрозуміло, тому що вивчення інноваційного потенціалу є досить молодим напрямком економічної науки і дослідження щодо нього можна зустріти у сучасній спеціальній літературі (найбільш у літературі з управління інноваційною діяльністю). Але, безумовно, інноваційний потенціал та підходи щодо його визначення є еволюційним результатом досягнень світової та вітчизняної економічної науки у таких галузях як стратегічне управління виробництвом, управління інноваційним розвитком та інші.

По-перше, необхідно усвідомити, що інноваційний потенціал є складовою частиною економічного потенціалу підприємства, визначити його місце у цій економічній системі. Для цього потрібно розглянути існуючі підходи щодо дослідження економічного потенціалу, систематизувати ці знання, можливо запропонувати свій підхід.

Що стосується практичних аспектів аналізу інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств, то тут можна відзначити наступне: лише за умови вірної оцінки своїх можливостей (свого потенціалу) підприємство може реалізувати свої інноваційні наміри і це є, на наш погляд, визначальним питанням обґрунтування інвестицій в інновації. При цьому не існує єдиної методики аналізу інноваційного потенціалу чи, наприклад, методики яка би була затверджена та рекомендована відповідною державною структурою, як це є з оцінкою інвестиційної привабливості підприємства. Можна сказати, що існували та існують спроби аналізу інноваційного потенціалу щодо оцінки окремих інноваційних проектів. Це, наприклад, процес техніко-економічного обґрунтування проекту (його експертиза). Це робилось у межах роботи тих же інноваційних фондів. Але, по-перше, як вже відмічалось вище, не можна обмежувати сьогодні інноваційну діяльність межами окремого проекту. А, по-друге, ця експертиза у частині економічного обґрунтування обмежувалась аналізом показників фінансової стійкості та платоспроможності підприємства до реалізації проекту та після його реалізації (останнє іноді і немало сенсу). Це дуже вузький підхід, який не дає повного уявлення про потенціал підприємства, про його інноваційні можливості. Нарешті існує проблема залучення інвестиційних ресурсів для абсолютної більшості підприємств, а

питання ефективної діагностики інноваційного потенціалу мають сприяти вирішенню цієї проблеми.

Інноваційний потенціал є складовою частиною економічного потенціалу підприємства. Висвіtimo лише найвідоміші напрямки його дослідження у роботах переважно сучасних вчених, які акумулювали в собі здобутки попередників та пропонують нові розробки теорії та методів аналізу потенціалу економічних систем, відповідно до сучасних умов. Сьогодні пріоритетним стає управління, що дозволяє вирішувати завдання виживання та розвитку підприємства у майбутньому. Це переважно завдання стратегічного управління. Існує необхідність розробки та упровадження сучасних методів управління, що дозволить приймати обґрунтовані рішення, зокрема і щодо обґрунтування інвестицій в інновації. Оцінка економічного потенціалу підприємства є основою прийняття таких управлінських рішень, що забезпечують виживання підприємства в умовах жорсткої конкуренції. Саме у цьому ракурсі є сенс розглядати і буде розглядатися економічний потенціал підприємства та його складова – інноваційний потенціал.

Будь-яке підприємство прагне визначити свої потенційні можливості з метою забезпечення своєї конкурентоспроможності. Тому сьогодні підхід, де вирішується питання визначення виробничої потужності підприємства може розглядатися з іншого боку. Найчастіше виробничу потужність визначали як максимально можливий випуск продукції при максимальному використанні виробничих фондів та персоналу. У контексті теми, що досліджується, можна тут звернутись до робіт Градова А.П.[37, 38].

Напевно такий підхід мав сенс у відомих умовах ще радянської економіки. Але сьогодні в ринкових умовах у такий спосіб визначити можливості підприємства, особливо в перспективі, неможливо. Макро- і мікроекономічне середовище, у якому функціонують підприємства, знаходиться в постійному русі. Але цей підхід існував і має продовження, деякі вчені ототожнюють поняття потенціалу підприємства і виробничої потужності і за умов ринкової економіки. Так у Ф. Котлера [91] потенціал визначається як межа попиту на товари підприємства, тобто як можливий обсяг продажів. Саме ці засади, мабуть, стали основою підходу щодо оцінки потенціалу, який можна назвати „ресурсним”. Цей підхід переважає у більшості сучасних досліджень. У цьому випадку економічний потенціал розглядають як наявність деякої сукупності ресурсів, а визначатися він може як ділова репутація підприємства, його здатність перетворювати наявні ресурси, змінювати їх структуру.

Виділяється і є, мабуть, окремим напрямом у дослідженнях підхід, який пропонується Б. Райаном. Він вважає, що потенціал визначається здатністю підприємства виконувати свої зобов'язання. Тобто саме зобов'язання по витратах визначають діапазон альтернативних можливостей підприємства. Ресурси, що мають грошове вираження, є засобом збереження потенціалу організації, а готівка являє собою „первинний ресурс, на який задіяні всі інші ресурси”[166]. Цей напрямок характеризує, так би мовити, фінансові аспекти визначення потенціалу підприємства. За думкою автора, оцінка лише

фінансових аспектів недостатня і є більш близькою, наприклад, до оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Поняття „привабливість” і „потенціал” є близькими, але все ж не синонімами. Нас цікавить потенціал як економічна категорія, а відповідно до визначення Великого економічного словника він становить наявні можливості, ресурси, запаси, засоби, що можуть бути використані для досягнення, здійснення будь-чого [16]. Дуже близьку характеристику потенціалу підприємства до визначення Великого економічного словника дають у своїх роботах Артёмова Л.В., Рєпіна І.М., Спірін В.С.[3, 167, 176].

На наш погляд, ключовими словами у визначенні економічного потенціалу є – сукупність потенціальних можливостей підприємства у різних сферах (виробничій, фінансовій, інвестиційній, інноваційній та ін.). Саме слово можливість має бути визначальним. Безумовно, що сама по собі наявність тих чи інших ресурсів не гарантує досягнення кінцевих цілей у діяльності підприємства, потрібно мати можливості чи здібності реалізувати ці ресурси. Майже оптимальним, щодо розуміння цього, бачиться визначення, що надає у своїй роботі Краснокутська Н.С. [92]. Вона пропонує визначити потенціал підприємства як можливості системи ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів. Ґрунтовно вивчає у своїх роботах економічний потенціал та, зокрема, інноваційний Лапін Е.В. [117]. Він розглядає економічний потенціал як систему, структурними елементами якої є кадровий, виробничий, інноваційний та організаційно-управлінський потенціали. А, наприклад, та ж Краснокутська Н.С. пропонує дуже ґрунтовну класифікацію видових проявів потенціалу підприємства. З неї виділимо класифікацію за об'єктами дослідження, що передбачає розгляд ресурсної концепції та результатної концепції (під нею мається на увазі потенціал підприємства – як здатність господарської системи освоювати, переробляти ресурси для створення певного результату), а також класифікацію за функціональними напрямками, де виділяються по суті ті ж складові, що й у Лапіна Е.В. та більшості інших авторів, а саме – маркетинговий, фінансовий, виробничий, організаційний потенціали. Важливо, що як і більшість авторів, Краснокутська Н.С. у складі об'єктних складових потенціалу чітко виділяє інноваційний потенціал. З цього огляду видно, що не можуть фахівці з питань оцінки економічного потенціалу дійти єдності щодо кількості окремих елементів економічного потенціалу, їх сукупності та, так би мовити, структури. Можливо це і не є визначальним питанням щодо оцінки економічного потенціалу, а от для ефективної діагностики інноваційного потенціалу це бачиться дуже важливим. Справа у тому, що необхідно визначитись у яку сукупність окремих елементів віднести інноваційний потенціал. Від цього буде принципово залежати підхід щодо його діагностики. А визначимо інноваційний потенціал як сукупність ресурсів та можливостей підприємства щодо генерації, сприйняття і упровадження нових ідей для його системного, технічного, організаційного та управлінського оновлення.

Плідну роботу у своїх дослідженнях щодо визначення структури потенціалу та сукупностей окремих його елементів провела Горбунова Л.І. В її

роботі [36] обґрунтовано ідентичність понять економічний та ринковий потенціал, що важливо у ракурсі дослідження саме інноваційного потенціалу.

Якщо оцінювати методичні підходи щодо аналізу економічного потенціалу та зокрема інноваційного потенціалу підприємства, то їх відповідно до наведених визначень, можна розділити умовно на: ресурсний, фінансовий та останній, що об'єднує в собі, мабуть, всі інші підходи – назовемо його „проблемно-орієнтованим”. Логічно, що ці підходи застосовуються і до оцінки інноваційного потенціалу, що є складовою економічного потенціалу. Вже зараз, з першого погляду, можна сказати, що головним завданням у роботі над методикою діагностики інноваційного потенціалу буде створення такої системи критеріїв та показників, яка би об'єднувала відомі підходи, тобто на основі дослідження окремих елементів інноваційного потенціалу визначала його зміну в цілому. При такому підході є можливість використовувати різні показники, і фінансові і не фінансові. Зрозуміло, що проблема буде у їх коректному поєднанні.

Серед найбільш характерних методик щодо діагностики інноваційного потенціалу з позиції ресурсного підходу є, наприклад, методика, яку пропонує Ілляшенко С.М.. Вона, мабуть, найбільш повно узагальнює і визначення категорії інноваційний потенціал і його складових у межах цього підходу. Вона цілісна та логічно вписується у концепцію управління інноваційним розвитком, що надає у своїй роботі Ілляшенко С.М. [79]. У доповнення можна хіба що спертися на методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства, що надають у своїй роботі Верба В.А. та Новіков І.В.[28]. Відповідно до позицій ресурсного підходу суть цих методик у дослідженні потенціалу через розгляд ресурсних складових підприємства та їх достатності для реалізації інновацій.

Зараз же, роблячи проміжний підсумок, треба ще раз наголосити, що інноваційний потенціал є одним з елементів економічного потенціалу підприємства.

На сучасному етапі економічного розвитку країни важко собі уявити успішність функціонування будь-якого підприємства без інноваційної активності. Реалії вітчизняної економіки свідчать про те, що саме інновації можуть забезпечити економічне зростання підприємства.

Рішення задач економічного росту пов'язані з підвищенням ефективності функціонування підприємств на основі використання досягнень науково-технічного прогресу, раціонального використання капітальних, трудових, енергетичних та фінансових ресурсів [4, с. 26-30]. Раціональне використання ресурсів підприємства, на основі інновацій особливої актуальності набуває у період загальної економічної кризи. Щоб ефективно використати ресурси, підприємству необхідно оцінити свої інноваційні можливості.

В умовах ринкової економіки виникає також необхідність оцінки конкуренто-спроможності потенціалу. Вважаємо, що тільки у порівнянні з конкурентами та у використанні є сенс оцінювати інноваційний потенціал підприємства. Інноваційний потенціал підприємства може розглядатися як система взаємопов'язаних чинників і ресурсів, які відповідають умові

забезпечення постійної інноваційної діяльності підприємства у сфері пошуку, розробки й упровадження інноваційних продуктів і процесів [90, с. 130-137].

Питання оцінки інноваційного потенціалу мають займати ключове місце в інноваційній діяльності підприємства, що дозволить правильно сформулювати стратегію розвитку підприємства. Проблемою сьогодні є деяка недооцінка важливості саме цих питань, що призводить до неефективного використання інвестиційних ресурсів.

Ще раз зауважимо, що наше дослідження умовно об'єднує в собі два напрямки економічної науки. Перший напрямок вивчає питання інновацій і інноваційної діяльності. Другий напрямок вивчає потенціал економічних систем, а це література, що присвячена переважно питанням оцінки економічного потенціалу підприємства. Оцінка саме інноваційного потенціалу є доволі новим напрямком у комплексі питань потенціалу економічних систем і є лише частиною у багатьох питаннях управління інноваційним розвитком. Серед дослідників існують різні підходи до питання оцінки інноваційного потенціалу підприємства. Отже, за результатами нашої попередньої роботи відзначимо, що більшість дослідників використовують, так званий «ресурсний підхід» в оцінці потенціалу і застосовують при цьому різноманітний математичний апарат [27, 39, 79, 92, 167, 199, 207], а серед найхарактерніших досліджень останніх років роботи Бажала Ю.М., Валдайцева С.В., Гриньова А.В., Воронкової А.П., Ілляшенко С.М., Завліна П.Н., Краснокутської С.Н., Репіної І.М., Федоніна І.С., Чухрай Н.І.

Незважаючи на появу в останні роки значної кількості методичних розробок щодо оцінки інноваційного потенціалу підприємств, залишається проблемним питання побудови ефективної методики його оцінки. Такої методики, яка би відповідала сучасному рівню інноваційного розвитку вітчизняних підприємств, була би практичною і ґрунтувалась на доступному математичному апараті.

Отже, спробуємо дослідити питання оцінки формування, використання та конкурентоспроможності інноваційного потенціалу підприємств. По-перше, стисло визначимо ті головні засади, за якими формується наша методика оцінки інноваційного потенціалу підприємств. А це – практичність та гнучкість методики, її уніфікованість. Така методика повинна ґрунтуватись на доступних для використання джерелах інформації. Такими можна вважати форми фінансової та статистичної бухгалтерської звітності.

Коли мова йде про такий інструментарій аналізу як діагностика, то звичайно напрошується використання таких індикаторних методів як метод різниць і метод рангів. Метод різниць використовується коли потрібно порівняти підприємство, що оцінюється, тільки з одним конкурентом. А метод рангів дозволяє порівнювати таке підприємство з цілою групою підприємств.

Якщо на основі індивідуальних показників розраховується загальний показник потенціалу підприємства, то є сенс застосувати більш складні методи, що дали би об'єктивні результати оцінки. Таким можна вважати один з матричних методів – метод балів. Взагалі використання матричних методів дозволяє кількісно визначити значення інтегрального рейтингового показника

окремого підприємства [92, с. 52]. Метод балів є при оцінці інноваційного потенціалу (його конкурентоспроможності) найбільш ефективним, бо дозволяє визначити і основних конкурентів і місце самого підприємства серед конкурентів і, що найголовніше – кількісно оцінити відставання від конкурентів.

Отже, застосуємо для діагностування інноваційного потенціалу (його конкуренто-спроможності) саме один з матричних методів – метод балів. Для цього треба сформувати матрицю оціночних (індикаторних) показників (позначимо їх m) для відповідної кількості підприємств (позначимо їх n). Звідси кожен i -й показник ($1 \leq i \leq m$) на j підприємстві ($1 \leq j \leq n$) задається величиною відповідного коефіцієнта: K_{ij} . Як результат отримаємо матрицю X , рядки якої характеризують усі визначені нами аспекти оцінки інноваційного потенціалу підприємства за різними показниками.

Надалі можна побудувати вектор, наприклад (K_1, K_2, \dots, K_m) , де K_i – коефіцієнт вагомості кожного показника. Одразу відзначимо, що вагомість показників визначалась у нас шляхом опитування керівників економічних ланок підприємств, що досліджувались. Іншими словами, експертним шляхом.

Таким чином визначимо вектор, що складається з найкращих (максимальних) значень за кожним з m показників. Це будуть показники кращого підприємства, $K_{\max i}$ – показники, де

$$K_{\max i} = \max K_i (1 \leq i \leq n) \quad (1)$$

На наступному етапі співставимо показники всіх підприємств з показниками кращого підприємства, тобто складається деяка матриця X' шляхом розрахунку K_{ij}' , а саме:

$$K_{ij}' = \frac{K_{ij}}{K_{\max i}} \quad (2)$$

Отже, надалі треба розрахувати бали, що отримані підприємствами за певним показником шляхом порівняння їх фактичних значень з найкращими у сукупності:

$$B_{ij} = K_{ij} \times B_{\max i} \quad (3)$$

де $B_{\max i}$ – максимально встановлений бал оцінювання показника.

Нарешті за формулою:

$$K_{in.n.j} = \sum_{j=1}^n B_{ij} \times K_i \quad (4)$$

розрахуємо загальну бальну оцінку інноваційного потенціалу кожного з підприємств.

Отже, за своєю суттю остання формула і є математичною моделлю оцінки інноваційного потенціалу. Але вона у нас формується з двох складових. Перша складова – ресурсна. Вона у різних інтерпретаціях (більш чи менш повній) діагностує ресурсні можливості підприємства у напрямку щодо реалізації інновацій у порівнянні з конкурентами. Друга складова, так би мовити, є результатною. У роботі [15, с. 48-52] ми відповідно до схематичної моделі потенціалу (за видовими проявами), умовно виділяємо виробничу,

маркетингову та фінансову складові потенціалу. Там же обґрунтовується відбір наведених нижче показників оцінки потенціалу.

Більшість дослідників, як правило, виділяють значно більше складових інноваційного потенціалу. Як, наприклад, у роботі [79, с. 226] виділяються такі складові: ринкова, інтелектуальна, кадрова, технологічна, інформаційна, інтерфейсна, науково-дослідна. Ми вважаємо, що у форматі дослідження можна всі ці складові об'єднати у три вищенаведені – виробничу, маркетингову та фінансову.

Отже, показники за цими складовими характеризують результати використання інноваційних ресурсів та можливостей. У нашій методиці обидві складові отримують інтегральну оцінку. Але найголовнішим є те, що ми зіставляємо ці складові (результатну та ресурсну) та отримуємо таким чином оцінку саме управлінського потенціалу. Тобто, діагностуємо потенціал у його використанні як управлінський. Це бачиться у методиці найважливішим. Хоча оцінка кожної з складових, окремо, є не менш характерною та дозволяє судити про рівень конкурентоспроможності потенціалу.

У частині ресурсної складової визначимо наступні показники: кількісне відношення інженерно-технічних робітників до всього виробничого персоналу ($Ч_{ІТР}$); показник частки ОФ у всіх активах підприємства ($Ч_{ОФ}$) та коефіцієнт придатності ОФ ($К_{пр. ОФ}$); показник частки нематеріальних активів у вартості необоротних активів підприємства ($Ч_{На}$) та коефіцієнт придатності нематеріальних активів ($К_{пр. На}$); коефіцієнт автономії ($К_a$) як співвідношення власного капіталу та всіх ресурсів підприємства; коефіцієнт маневреності ($К_m$) як співвідношення – власний об. капітал / власний капітал; показник частки інноваційних витрат у загальній сумі операційних витрат підприємства ($Ч_{ін. в.}$).

У частині результатної складової визначимо такі показники: коефіцієнт темпів зростання виручки ($T_{зр.в.}$), що відповідає за виробничу складову потенціалу; коефіцієнт оборотності запасів ($К_{об.з.}$), що характеризує маркетингову складову потенціалу; показник рентабельності власного капіталу ($P_{вл. к.}$), який відноситься до проявів фінансового потенціалу; коефіцієнт критичного рівня кредитування, що характеризує можливість для підприємства залучення кредитних ресурсів ($К_{кр.р. кред.}$). Його можна умовно визначити як стратегічний потенціал, бо він у більшій мірі визначає можливість підприємства у майбутньому. Цей показник ми розраховували як відношення рівня рентабельності капіталу підприємства до існуючої середньої ставки кредитування. Середню відсоткову ставку кредитування за рік ми взяли на рівні двадцяти відсотків.

Визначимо вагомість кожної з складових у оцінці потенціалу. Отримані ці коефіцієнти експертним методом за десятибальною шкалою. Спочатку зробимо це за показниками ресурсної складової: наявність та стан основних фондів – 0,2; наявність та стан нематеріальних активів – 0,1; забезпеченість власними фінансовими ресурсами – 0,3; мобільність власних фінансових ресурсів – 0,4.

Визначимо ступінь впливу складових потенціалу у його результатній частині на загальний показник оцінки інноваційного потенціалу: виробничий

потенціал – 0,4; маркетинговий потенціал – 0,3; фінансовий потенціал – 0,2; стратегічний потенціал – 0,1.

Звідси стає можливим отримання бальної оцінки підприємств та побудова їх рейтингу. Треба зауважити, що всі показники у інтегральному показнику є якісними та односпрямованими, тобто чим більше значення показників ресурсної складової, тим має бути вище значення показників результатної (у економічній постановці завдання). Якісні показники роблять аналіз коректним з точки зору врахування масштабів діяльності кожного з підприємств.

Отже, надамо оцінку у найдоступнішій інтерпретації, тобто за даними лише фінансової звітності підприємств. Визначимо індикаторні показники оцінки інноваційного потенціалу підприємств у таблиці 1.

У таблиці 2 маємо змогу визначити рівень впливу окремих складових потенціалу на загальний показник.

Якщо зіставити інтегральні показники результатної та ресурсної складових, то отримаємо оцінку саме управлінського потенціалу. Назвемо цей показник інтегральним показником оцінки ефективності використання інноваційних можливостей підприємства.

Якщо навести ці показники відповідних підприємств за рівнем їх зростання, то отримаємо наступні результати: АТ „Одеський коньячний завод” – $2,91/6,8 = 0,42$; ТОВ СП „Аквавінтекс” – $7,12/10,1 = 0,7$; ЗАТ „Одеський завод шампанських вин” – $6,53/8,84 = 0,73$; ВАТ „Унгвар” – $5,45/7,14 = 0,76$.

Таблиця 1

Аналіз індикаторних показників оцінки інноваційного потенціалу підприємств

Показники	Значення показників відповідних підприємств			
	ВАТ „Унгвар” (вир. напоїв)	ТОВ СП „Аквавінтекс” (вир. вин)	АТ „Одеський коньячний завод”	ЗАТ „Одеський завод шампанських вин)
Показники ресурсної складової потенціалу				
1. Показник частки ОФ у активах, коеф. $Ч_{пр.ОФ}$	0,8	0,069	0,388	0,53
2. Коефіцієнт придатності, $K_{пр. ОФ}$	0,355	0,821	0,746	0,241
3. Показник частки нематеріальних активів у не обор. активах, коеф. $Ч_{На}$	0	0,0013	0,18	0,567
4. коефіцієнт придатності нематер. активів, $K_{пр.нем. а.}$	0	0,824	0,023	0,872

5. Коефіцієнт автономії, K_a	0,496	0,611	0,585	0,575
6. Коефіцієнт маневреності, K_m	0,426	0,906	0,199	0,499
Показники результатної складової				
1. Коефіцієнт темпів зростання виручки, $T_{зр. в.}$	2,263	3,435	0,94	1,227
2. Коефіцієнт оборотності запасів, $K_{об.з.}$	2,58	5,197	1,321	3,727
3. Рентабельність власного капіталу, коеф. $P_{вл.к.}$	0,035	0,003	0,026	0,072
4. Коеф. критичного рівня кредитування, $K_{кр. р. кред.}$	0,088	0,009	0,076	0,207

Тобто, можна припустити, що найбільшу віддачу матимуть інвестиційні ресурси на ВАТ „Унгвар”. Тим паче, що це підприємство має і відносно значні можливості залучення кредитних ресурсів. Значення коефіцієнту критичного рівня кредитування на ньому складає 0,088. Це означає, що підприємство може мати частку кредиту у всіх своїх фінансових ресурсах у розмірі 8,8 відсотків. Іншими словами при відповідній середньорічній відсотковій ставці кредитування та відповідному рівні рентабельності всіх своїх фінансових ресурсів воно може забезпечити виконання обов’язків за кредитами у такому обсязі.

Таблиця 2

Рівень впливу окремих складових інноваційного потенціалу на загальний показник

Показники	Значення показників за підпр. (K_{ij})				K_{maxi}	Бі	Бали за оцінними показниками (B_{ij})				Вагомість	Зважені бали ($B_{ij} \cdot \check{C}k_i$)				
	1	2	3	4			1	2	3	4		1	2	3	4	
Ресурсної складової																
1. $\check{C}O_{Ф}$	0,8	0,069	0,388	0,53	0,8	10	10	0,8	4,8	6,6	0,2	2	0,16	0,96	1,32	
2. $K_{пр. ОФ}$	0,355	0,821	0,746	0,241	0,821	10	4,3	10	9,08	2,9	0,2	0,86	2	1,8	0,5	
3. $\check{C}H_{на}$	0	0,0013	0,18	0,567	0,567	10	0	0,02	3,17	10	0,1	0	0,002	0,3	1	
4. $K_{пр. нем. акт.}$	0	0,824	0,023	0,872	0,872	10	0	9,4	0,26	10	0,1	0	0,94	0,02	1	
5. K_a	0,496	0,611	0,585	0,575	0,611	10	8,1	10	9,5	9,4	0,3	2,4	3	2,85	2,82	
6. K_m	0,426	0,906	0,199	0,499	0,906	10	4,7	10	2,19	5,5	0,4	1,88	4	0,87	2,2	
Інтегральний показник												7,14	10,1	6,8	8,84	
Результатної складової																
1. $T_{зр. в.}$	2,263	3,435	0,94	1,227	3,435	10	6,5	10	2,7	3,5	0,4	2,6	4	1,08	1,4	
2. $K_{об. з.}$	2,58	5,197	1,321	3,727	5,197	10	4,9	10	2,5	7,1	0,3	1,47	3	0,75	2,13	
3. $P_{вл. к.}$	0,035	0,003	0,026	0,072	0,072	10	4,8	0,4	3,6	10	0,2	0,96	0,08	0,72	2	
4. $K_{кр. р. кред.}$	0,088	0,009	0,076	0,207	0,207	10	4,2	0,4	3,6	10	0,1	0,42	0,04	0,36	1	
Інтегральний показник												5,45	7,12	2,19	6,53	

Якщо зважити окремо на оцінку ресурсної та результатної складових, то у такому разі у лідери виходять ТОВ СП „Аквавінтекс” та ЗАТ „Одеський завод шампанських вин”. Отже, якщо потенційного інвестора приваблює у перше чергу ресурсна база підприємства, то він має звернути увагу саме на таку оцінку. Але загальна тенденція за інтегральними показниками свідчить, що значна ресурсна база, як правило, дає і вагому віддачу.

За результатами такого аналізу ми можемо зробити висновок, що умови ринкової економіки вимагають оцінювати конкурентоспроможність інноваційного потенціалу, а також рівень його використання. Тільки у використанні та у порівнянні з конкурентами проявляється потенціал.

Крім того, методика оцінки інноваційного потенціалу підприємства має бути практичною та гнучкою, базуватися на доступному математичному апараті та відповідати сучасному рівню інноваційного розвитку вітчизняних підприємств.

Один з матричних методів аналізу - метод балів, у ракурсі поставленої задачі оцінки інноваційного потенціалу (його конкурентоспроможності), бачиться найбільш ефективним, бо дозволяє визначити і основних конкурентів і місце самого підприємства серед конкурентів.

У запропонованій методиці оцінки інноваційного потенціалу підприємства інтегральну оцінку отримують і ресурсна, і результативна складові потенціалу. Але найголовнішим є те, що ми зіставляємо ці складові та отримуємо таким чином оцінку управлінського потенціалу. Оцінка кожної з складових є не менш характерною та дозволяє судити про рівень конкурентоспроможності потенціалу.

Такі результати дослідження можуть сприяти подальшому формуванню та розробці методичних підходів до оцінки інноваційного потенціалу підприємств.

Отже, результати дослідження на попередньому етапі роботи дозволили нам визначити основні критерії та показники інноваційної активності підприємств харчової галузі, що є найбільш характерними у сучасних умовах господарювання. Як результат визначено інтегральний показник оцінки рівня використання інноваційного потенціалу підприємств за двома складовими – ресурсною та результативною. Ця робота дозволяє зробити висновок, що ефективність витрат на інновації повинна виявлятися у:

- зниженні собівартості продукції;
- зміні фондоозброєності праці;
- зростанні продуктивності праці;
- зростанні обсягу реалізації продукції;
- підвищенні рентабельності реалізованої продукції та інших виробничих і фінансових показників.

У нашому інтегральному показнику оцінки рівня використання потенціалу одним з основних показників потенційного прояву інноваційної активності є наявність нематеріальних активів, тобто знань та досвіду необхідних для освоєння нової техніки.

Отже показники озброєності нематеріальними активами й основними засобами одного працівника є такими, що значною мірою впливають на кінцеві фінансові показники діяльності підприємств.

За показниками: виручка від реалізації продукції; вартість нематеріальних активів; вартість основних засобів; чистий прибуток; середньооблікова чисельність персоналу побудуємо систему взаємопов'язаних чинників – співмножників для проведення індексного аналізу. [156]

Взаємозв'язок показників озброєності нематеріальними активами й основними засобами одного працівника можна відобразити наступною моделлю:

$$\frac{OЗ}{Ч} = \frac{Ha}{Ч} \circ \frac{OЗ}{Ha}, \quad (1)$$

де **OЗ** – вартість основних засобів;

Ч - середньооблікова чисельність персоналу;

Ha – вартість нематеріальних активів.

А оцінювати вплив озброєності нематеріальними активами й основними засобами на ефективність роботи персоналу будемо за допомогою такої моделі:

$$\frac{B}{Ч} = \frac{Ha}{Ч} \circ \frac{OЗ}{Ha}, \quad (2)$$

де **B** – виручка від реалізації продукції;

а $\frac{B}{Ч}$ є показником ефективності роботи персоналу.

Звідси побудуємо модель впливу чинників на зміну прибутку:

$$\Pi = \frac{\Pi}{B} \circ \frac{B}{Ha} \circ \frac{Ha}{OЗ} \circ OЗ, \quad (3)$$

де **Π** – чистий прибуток;

$\frac{\Pi}{B}$ – рентабельність продажу;

$\frac{B}{Ha}$ - коефіцієнт оборотності нематеріальних активів;

$\frac{Ha}{OЗ}$ - коефіцієнт співвідношення нематеріальних активів і вартості основних засобів.

Для оцінювання впливу чинників на результативний показник у наведених вище моделях ми застосували індексний метод. Розрахунки виконано за даними групи підприємств харчової галузі, що займаються виробництвом напоїв.

Таблиця 3

Показники роботи підприємств у минулому та поточному році (2009-2010рр).

Підприємства	Показники							
	Виручка від реалізацій		Вартість основних засобів		Вартість нематеріальних активів		Чистий прибуток	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
1. ТОВ СП «Аквавінтекс»	5860	20131	1281	1264	0,6	1,4	138,2	30,2
2. АТ «Одеський коньячний завод»	129046	121429	44603	58946	2054	391	7482	3102
3. ЗАТ «Одеський завод шампанських вин»	59307	72785	14642	15550	16381	14565	4758	-10894

А тепер за даними таблиці 4 розрахуємо показники рентабельності продукції, використання основних засобів і нематеріальних активів.

Таблиця 4

Показники рентабельності продукції, основних засобів і нематеріальних активів підприємств (2009-2010рр).

Показники	Умовне позначення	Підприємства								
		ТОВСП «Аквавінтекс»			АТ «Одеський коньячний завод»			ЗАТ Одеський завод шампанських вин»		
		2009	2010	Відх. (+;-)	2009	2010	Відх. (+; -)	2009	2010	Відх. (+;-)
1. Рентабельність продукції, коеф.	а	0,023	0,001	-0,022	0,057	0,025	- 0,032	0,08	-0,149	-0,229
2. Коефіцієнт оборотності нематер. активів	б	9766	14379	4613	62,8	310,5	247,7	3,62	4,99	1,37
3. Коефіцієнт співвідношення нематер. активів та осн. засобів	в	0,0004	0,001	0,0006	0,046	0,006	-0,04	1,118	0,936	-0,182

4.Середньо-річна вартість основних засобів, тис. грн.	Г	1281	1264	-17	44603	58946	14343	14642	15550	908
5.Чистий прибуток	X=a·б·в·Г	138,2	30,2	-108	7482	3102	-4380	4758	-10894	-15652

У такому разі індекс зміни чистого прибутку буде

$$I_n = \frac{a_1 \circ b_1 \circ v_1 \circ z_1}{a_0 \circ b_0 \circ v_0 \circ z_0} \quad (4)$$

При цьому індекс рентабельності продукції (перший чинник)

$$I_n = \frac{a_1 \circ b_1 \circ v_1 \circ z_1}{a_0 \circ b_1 \circ v_1 \circ z_1} \quad (5)$$

Індекс рентабельності нематеріальних активів (другий чинник)

$$I_n = \frac{a_0 \circ b_1 \circ v_1 \circ z_1}{a_0 \circ b_0 \circ v_1 \circ z_1} \quad (6)$$

Індекс коефіцієнта співвідношення нематеріальних активів та основних засобів (третій чинник)

$$I_n = \frac{a_0 \circ b_0 \circ v_1 \circ z_1}{a_0 \circ b_0 \circ v_0 \circ z_1} \quad (7)$$

Індекс середньорічної вартості основних засобів(четвертий чинник)

$$I_n = \frac{a_0 \circ b_0 \circ v_0 \circ z_1}{a_0 \circ b_0 \circ v_0 \circ z_0} \quad (8)$$

Отже, розрахуємо $\Delta a, \Delta b, \Delta v, \Delta \Gamma$ за кожним підприємством та їх вплив на зміну прибутку ($\Delta \Pi$).

$$\Delta a = a_0 (a_1 - a_0) b_{1v\Gamma_1} = (-0,022) \cdot 14379 \cdot 0,001 \cdot 1264 = -399,85$$

$$\Delta b = 0,023 \cdot (4613) \cdot 0,001 \cdot 1264 = 134,1$$

$$\Delta v = 0,023 \cdot 9766 \cdot (0,0006) \cdot 1264 = 170,35$$

$$\Delta \Gamma = 0,023 \cdot 9766 \cdot 0,0004 \cdot (-17) = - 1,52$$

$$\Delta \Pi = - 108 \approx - 399,85 + 134,1 + 170,35 - 1,52$$

За даними АТ « Одеський коньячний завод»

$$\Delta a = (-0,032) \cdot 310,5 \cdot 0,006 \cdot 58946 = - 3514,1$$

$$\Delta b = 0,057 \cdot (247,7) \cdot 0,006 \cdot 58946 = 4993,5$$

$$\Delta v = 0,057 \cdot 62,8 \cdot (-0,04) \cdot 58946 = - 8440,1$$

$$\Delta \Gamma = 0,057 \cdot 62,8 \cdot 0,046 \cdot (14343) = 2361,7$$

$$\Delta \Pi = - 4380 \approx - 3514,1 + 4993,5 - 8440,1 + 2361,7$$

За даними ЗАТ «Одеський завод шампанських вин»

$$\Delta a = (-0,229) \cdot 4,99 \cdot 0,936 \cdot 15550 = -16631,9$$

$$\Delta б = 0,08 \cdot (1,37) \cdot 0,936 \cdot 15550 = 1595,2$$

$$\Delta в = 0,08 \cdot 3,62 \cdot (-0,182) \cdot 15550 = -819,59$$

$$\Delta г = 0,08 \cdot 3,62 \cdot 1,118 \cdot (908) = 293,98$$

$$\Delta П = -15652 \approx -16631,9 + 1595,2 - 819,59 + 293,98$$

Такий факторний аналіз дозволяє нам логічно доповнити результати аналізу інтегрального показника оцінки використання інноваційного потенціалу, виявити загальні тенденції у зміні його складових та найвагоміші причини цих змін. Отже, відзначимо суттєве погіршення фінансових результатів діяльності на всіх підприємствах. Чистий прибуток знизився в основному за рахунок зниження рентабельності реалізованої продукції.

Слід відзначити і зниження чистого прибутку за рахунок погіршення структури необоротних активів на останніх двох підприємствах. Отже і за результатами факторного аналізу перше підприємство (Тов. СП «Аквавінтекс») виглядає більш привабливіше з точки зору використання потенціалу, що підтверджує результати попереднього аналізу.

На попередніх етапах роботи нами була зроблена спроба діагностувати інноваційний потенціал за певними, переважно зовнішніми, ознаками на прикладі діяльності кількох підприємств однієї галузі. Основні критерії та показники інноваційної активності підприємства, що використовувались у дослідженні, потребують обґрунтування, зокрема, і на макроекономічному рівні. Такий аналіз загальних тенденцій в економіці та, зокрема, у харчовій галузі стане основою нових напрямків у наших дослідженнях інноваційної активності підприємств. Треба також засвідчити, що будь-які процеси у економічних системах різного рівня мають накопичувальний характер і щоб зрозуміти природу певного явища на рівні підприємства треба проаналізувати його загальноекономічну основу.

Отже, почнемо з загальних тенденцій у вітчизняній економіці щодо інноваційної діяльності підприємства, які, до речі, принципово не змінювались майже на протязі двох десятиріч. Такий аналіз дозволить нам прогнозувати перспективи структурно – інноваційних трансформацій у промисловому потенціалі України. По-перше, відзначимо, що за своєю структурою виробництва вітчизняна промисловість нагадує більше сировинний комплекс. Так у таблиці 5 можна побачити структуру промисловості України у динаміці через показник розподілу обсягу реалізованої продукції за секторами.

Таблиця 5

Розподіл обсягу реалізованої продукції за секторами промисловості України в 2000- 2010 рр.

	2000	2006	2007	2008	2009	2010
Промисловість, всього	100	100	100	100	100	100
В тому числі за секторами: Енерго-сировинний	33,2	62,6	64,9	71,8	69,6	69,9
Інноваційно-інвестиційний	31,2	16,5	14,5	10,2	12,1	12,7
Споживчих товарів	33,6	20,9	20,6	18,0	18,3	17,4

Джерело: розраховано за даними [25, 26]

Отже динаміка у секторі, що нас цікавить (інноваційно-інвестиційний) не потребує коментарів. Більше навіть вражає зменшення частки цього сектору майже втричі. Частка продукції машинобудування в структурі промислового виробництва мала збігаючу тенденцію з 30,5% у 2000 р. до 13,4% у 2006р., 10,2% у 2008 р. та 12,7% у 2010р.

Практично зруйновано потенціал легкої промисловості, частка її продукції скоротилася вдсятеро - з 10,8 % у 2000р. до 1,1% у 2010р. При цьому майже вдвічі збільшив свою частку у промисловому виробництві енерго-сировинний сектор, нічого не додавши до її якісного поповнення. Зростання цього сектора відбулося, переважно, за рахунок продукції металургії та обробки металу з 12,2% у 1991р. до 20,6% у 2001р. та 22,1% у 2010р., тоді як питома вага видів діяльності, що мають у своєму складі виробництва прогресивних матеріалів майже не змінилася: хімічна і нафтохімічна промисловість -2005р.-6%, 2010р.-6,4% виробництво деревини та виробів з дерева –відповідно 0,7 і 0,8% целюлозно-паперова, поліграфічна і видавнича справа -2,4 і 2,5.[157, 158].

Зауважимо, що деяке посилення інвестиційної активності у докризовий час не призвело до покращення технічного та технологічного стану виробництва.

Основна частка інвестицій спрямовується на технічне переоснащення діючих підприємств, а якщо врахувати їх технологічну відсталість, то зрозуміло, що інвестиційний внесок йде на підтримку застарілих технологій. Такий стан підтверджує і статистику руху основних засобів. У нашій системі показників оцінки інноваційного потенціалу саме показники стану та руху основних засобів мають значну вагу. Не заглиблюючись у аналіз руху основних засобів у промисловості України в останні роки, зауважимо, що введення нових основних засобів хоча має тенденцію до зростання знаходиться на рівні 3,5-5,5% за рік, а це означає, що для повного оновлення виробничого потенціалу промисловості, потрібно не менш 25-35 років. В економічно розвинутих країнах термін оновлення підтримується на рівні 10-12 років. Відзначимо і те, що частка ліквідованих основних засобів в останні роки є майже втричі меншою за частку нових, отже у промисловості продовжується процес накопичення застарілих засобів виробництва.

Взагалі, вітчизняна промисловість має відносно низьке порогове значення рівня інноваційності. Це можна побачити за даними таблиці 6.

І це при тому, що саме на початку та у середині останнього десятиріччя відмічалось поживлення інноваційної діяльності.

**Динаміка інноваційності промислових підприємств та обсягів
реалізованої інноваційної продукції за 2000-2005 рр.**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Підприємства, що займалися інноваційною діяльністю	1705	1697	1808	1496	1359	1193
% до загальної кількості підприємств	18,0	16,5	18,0	15,1	13,7	11,9
Підприємства, що впроваджували інновації	1491	1503	1506	1139	992	810
% до загальної кількості підприємства	14,8	14,3	14,6	11,5	10,0	10,0
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, млн., .грн.	1214 8	1036 5	1260 6	1288 2	1878 4	2499 5
% до загального обсягу реалізованої промислової продукції	9,4	6,8	7,0	5,6	5,8	6,5

За даними [138]

За даними того ж джерела відмітимо думку опитаних виробників щодо найважливіших чинників, що стримують інноваційний процес. Це важливо у нашому аналізі для визначення вагомості тих чи інших показників. Перший блок чинників - фінансовий. У ньому особливо відзначають нестачу власних коштів (79,5% респондентів). Крім цього - недостатня фінансова підтримка з боку держави (54,3%) та великі витрати на нововведення (57,1%). У інституціональному блоці чинників відмічається недостатність законодавчої бази (38,7%) ,а також високі економічні ризики, які з цього випливають (40,7%) і збільшення термінів окупності нововведення (38,2%). І тільки п'ята частина респондентів посилається на інформаційний чинник, а саме нестачу інформації про нововведення. Що ж стосується даних таблиці, то відзначимо лише, що простежується тенденція до зниження за всіма показниками.

У ракурсі нашого дослідження більш актуальними будуть дані останніх років щодо харчової промисловості по Одеському регіону. Отже за даними статистичного збірника по Одеській області відзначимо найважливіші для нашого дослідження моменти, а саме: проаналізуємо структуру інвестицій в основний капітал, стан та рух основних засобів, а також показники інноваційної активності підприємств переробної галузі в цілому та харчової зокрема. У таблиці 7 наведено структурні показники інвестицій в основний капітал по переробній промисловості та харчовій галузі у Одеській області.

Таблиця 7

Структурні показники інвестицій в основний капітал по переробній промисловості та харчовій галузі

(відсотків до підсумку)

	2006	2007	2008	2009	2010
Промисловість	100	100	100	100	100
Переробна промисловість виробництва	87,7	86,5	82,8	81,5	75,7
у тому числі харчових продуктів, напоїв та тютюнових витрат	37,3	35,3	42,3	64,0	31,1
інші галузі промисловості	12,3	13,5	17,2	18,5	24,3

За даними [160]

За даними таблиці відмітимо, що переробна промисловість найбільш вагомо інвестується у промисловості (у 2010 році майже 76% інвестицій). У таблиці ми не наводимо дані за всіма галузями переробної промисловості, тому зауважимо, що харчова галузь у свою чергу найбільш вагомо інвестується серед галузей переробної промисловості. А погіршення показників у динаміці до 2010 року можна пояснити початком кризи.

У 2010 році у харчовій галузі було введено нових основних фондів на 784 млн. грн., а ліквідовано основних засобів на 73 млн. грн.. Залишкова вартість склала 2811 млн. грн., а ступінь зносу 47,5%. Зауважимо, що ці показники за якістю принципово не змінились у порівнянні з 2009 роком і серед інших галузей промисловості є одними з найкращих.

Проаналізуємо і найважливіші показники інноваційної активності підприємств харчової галузі у таблиці 8.

Таблиця 8

Інноваційна активність підприємств харчової галузі за напрямом проведених інновацій

Показники	2009	% до заг. кільк.	2010	% до заг. кільк.
Кількість підприємств, що займались інноваційною діяльністю	46	11,4	49	11,4
Дослідження з них і розробки	9	19,6	3	0,7
Придбання нової техніки	6	13,0	2	0,5
Придбання машин, обладнання, інших основних засобів, що пов'язані з інноваціями	28	60,9	31	63,2

За даними [160]

За даними таблиці треба відмітити, по-перше, значну від'ємну динаміку у якості інновацій. Все менше підприємств безпосередньо займаються дослідженнями та розробками і все більше підприємств придбанням машин, обладнання, які тільки пов'язані з інноваціями. А відсоток підприємств галузі, що займаються інноваційною діяльністю -11,4 лише на 1-2% перевищує показники по більшості інших галузей промисловості.

У роботі [159] наводиться методика оцінки рівня технологічної інноваційності промисловості. Ми цю методику використаємо для оцінки рівня технологічної інноваційності харчової галузі по Одеській області. Такий аналіз дозволить нам логічно доповнити оцінку інноваційного потенціалу окремих підприємств харчової галузі, яку ми провели на попередніх етапах дослідження. Важливо, що у цій методиці, як і у запропонованій нами оцінка йде за певними складовими потенціалу, де також виділяється ринковий та ресурсний потенціали. Крім того використовується і оцінка в балах, як і у нашій методиці. Отже, автори методики оцінки рівня технологічної інноваційності промисловості пропонують три складові оцінки:

- ресурсний потенціал інноваційного розвитку(можна вважати найбільш суттєвим в оцінці), що доводить результативність інноваційної діяльності;
- ринковий потенціал, який показує можливості насичення ринку інноваційною продукцією;
- технологічний потенціал, як можливість технологічного оновлення виробництва.

Кожен із наведених потенціалів охоплює відповідний набір показників, які поступово інтегруються за найбільш суттєвими ознаками інноваційного розвитку з урахуванням впливу кожного показника на загальний рівень інноваційності через апарат вагових коефіцієнтів. Так ринковий потенціал (РП) має ваговий коефіцієнт - $K_1 = 0,45$; обсяг реалізованої інноваційної продукції, $K_{1.1} = 0,2$; частка інноваційної продукції $K_{1.2} = 0,4$; прогресивність інноваційної продукції $K_{1.33} = 0,15$. Технологічний потенціал (ТП) має ваговий коефіцієнт - $K_2 = 0,3$; продуктова інноваційність, $K_{2.11} = 0,5$; виробництво нових видів машин, $K_{2.11} = 0,5$; виробництво нових видів матеріалів, $K_{2.12} = 0,5$; процесова інноваційність, $K_{2.2} = 0,5$; впровадження нових процесів, $K_{2.21} = 0,4$; випровадження ресурсозберігаючих технологій, $K_{2.22} = 0,61$. Ресурсний потенціал інноваційного розвитку (РПР) має ваговий коефіцієнт- $K_3 = 0,25$; обсяг фінансування, $K_{3.1} = 0,4$; чисельність винахідників і раціоналізаторських пропозицій, $K_{3.2} = 0,3$; надходження та використання об'єктів промислової власності, $K_{3.3} = 0,3$; подано заявок на видачу охоронних документів, $K_{3.31} = 0,3$; отримано охоронних документів, $K_{3.32} = 0,3$; використано об'єктів промислової власності, $K_{3.33} = 0,4$.

У таблиці 9 здійснимо розрахунки відповідних показників у балах за даними підприємств харчової галузі Одеської області.

Таблиця 9

**Динаміка рівня та структури технологічної інноваційності харчової галузі
у Одеській області**

Шифр	Показник	Фактичне значення показника		Оцінка в балах		2010 % до 2009	Структура %	
		2009	2010	2009	2010		2009	2010
0	Рівень інноваційного розвитку галузі			49,57	48,34	97,5	100	100
1.0	Ринковий потенціал інноваційного розвитку			23,11	21,99	95,1	46,6	45,5
1.1	Обсяг реалізованої інноваційної продукції, тис. грн.	425	408	11,5	11,04	96	23,2	22,9
1.2	Частка інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої, %	9,2	7,7	1,65	1,38	3,6	3,3	2,8
1.3	Прогресивність реалізованої інноваційної продукції			9,96	9,57	96,1	20,1	19,8
1.31	- принципово нова, %	12,3	11,5	3	2,83	94,3	6,1	5,8
1.32	- удосконалена	39,6	32,4	4,02	3,31	82,3	8,1	6,8
1.33	- інша, %	48,1	56,1	2,94	3,43	116,6	5,9	7,1
2	Технологічний потенціал інноваційного розвитку			8	9	112,5	16,1	18,6
2.1	Продуктова інноваційність			7,5	7,5	100	15,1	15,5
2.11	Освоєно виробництво нових видів машин, найменувань	4	8	1,5	3	200	3,1	6,2
2.12	Освоєно виробництво нових матеріалів, найменувань	16	12	6	4,5	75	12,1	9,3
2.2	Процесова інноваційність			0,5	1,5	300	1	3,1
2.21	Впровадження нових технологічних процесів	1	3	0,5	1,5	300	1	3,1
2.22	З них маловідходних, ресурсозберігаючих, процесів	-	-	-	-	-	-	-
3	Ресурсний потенціал інноваційного розвитку			18,46	17,35	93,9	37,2	35,8
3.1	Обсяг фінансування інноваційної діяльності, тис. грн.	1682	1705	3,18	3,22	101,2	6,4	6,6
3.2	Чисельність винахідників і рац. пропозицій, осіб	407	379	14,32	13,33	92,8	28,8	27,5
3.3	Надходження та							

	використання об'єктів промислової власності			0,96	0,8	83,3	1,9	1,6
3.31	Подано заявок, одиниць	35	27	0,59	0,46	77,9	1,1	0,9
3.32	Отримано охоронних документів, одиниць	21	17	0,21	0,17	80,9	0,4	0,3
3.33	Використано об'єктів промислової власності, одиниць	12	13	0,16	0,17	106,2	0,3	0,3

Розраховано за даними [160].

За даними таблиці відмітимо незначне зниження загального показника рівня інноваційного розвитку галузі – на 2,5 % .

Тенденція до зниження мала місце майже за всіма показниками ринкового потенціалу, що визначило основний вплив на зміну загального показника, так як саме ринковий потенціал мав найбільшу вагу у структурі (21,99% у 2010 році). Зростання технологічного потенціалу на 12,5% сталося, в основному, за рахунок впровадження у 2010 році нових технологічних процесів, але їх було лише 3 на всю галузь, у структурі бальної оцінки дало незначний ріст загального показника. Крім цього знизився ресурсний потенціал в цілому і за майже всіма його складовими (загальне зниження 6,1%). Взагалі розрахунки показника рівня інноваційного розвитку галузі підтвердили ті загальні тенденції, що мали місце у промисловості у 2009-2010 рр., а також ті принципові моменти, які лягли в основу формування системи показників оцінки інноваційного потенціалу у наших попередніх розрахунках на рівні окремих підприємств.

Таким чином, ми можемо зробити загальні підсумки роботи, що була проведена нами та визначити перспективи подальших досліджень формування інноваційного потенціалу підприємств. У методиці оцінки інноваційного потенціалу підприємств, що представлена нами, зроблена спроба діагностувати інноваційний потенціал переважно за побічними ознаками. Це обумовлено недостатністю інформаційного забезпечення щодо інноваційної діяльності підприємств та їх переважно низькою інноваційною активністю. На рівні окремих підприємств ми акцентували увагу у методиці на оцінці інноваційного потенціалу як управлінського. Відповідно до цього були визначені відносні показники оцінки саме управлінського потенціалу. Важливо, що представлена нами методика оцінки інноваційного потенціалу на рівні підприємств логічно доповнюється методикою його оцінки і на рівні галузі. Це стало можливим тому що був використаний однаковий математичний апарат аналізу та такі складові оцінки потенціалу, які можна порівнювати. А показники інноваційної активності підприємств на рівні країни, доповнили загальну картину інноваційного розвитку.

Для подальших досліджень важливо зрозуміти, що проблеми оцінки інноваційного потенціалу необхідно досліджувати у двох аспектах. А саме в аспекті рівнів інноваційного розвитку, починаючи з рівня країни і закінчуючи окремими показниками інноваційного розвитку. А на рівні окремих

підприємств необхідно розглядати проблему не окремого виду ресурсів, а комплексу ресурсів, що формують інноваційний потенціал підприємства і ефективність його використання.

1.3. Проблеми комплексної оцінки економічного потенціалу підприємства.

1.3.1. Оцінка рівня економічного потенціалу суб'єктів господарювання.

В економічній літературі існують тлумачення поняття *економічного потенціалу* – від надзвичайно вузького його тлумачення як річного обсягу виробництва, до таких всеосяжних категорій, як соціально - економічна система. Однак у сучасних публікаціях термін «*економічний потенціал*» частіше зустрічається стосовно макроекономіки, тоді як економічний потенціал господарюючих суб'єктів визначає потенціал країни, регіону, галузі, приватного підприємства [53, 54, 55, 69, 110, 123, 124, 202, 222].

Важливим чинникам дослідження потенціалу, і зокрема економічного потенціалу підприємства, приділялося немало уваги. Проте, не зважаючи на те що розвитку саме виробничої бази було присвячено безліч робіт, а саме нарощування обсягів виробництва входило до складу найбільш пріоритетних завдань державного політики, комплексний підхід до розгляду як економічного, так і виробничого потенціалу не був сформульований і попрацював в незалежній мірі.

Зокрема, слід скласти думку відносно формування і посилення конкурентного статусу приватного підприємства, безпосередньо пов'язаного з раціональним використанням і розвитком його потенціалу. До недавнього часу потенціал приватного підприємства зводився виключно і в кращому разі до дослідження *виробничого потенціалу*. Тим часом, на наш погляд, неможливо ототожнювати *виробничий потенціал* з економічним або сукупним потенціалом приватного підприємства, так само як і функціонування сучасного приватного підприємства – лише з виробництвом продукції і наданням послуг.

Потенціал (від лат. *potentia* – сила, потужність) в широкому сенсі – засоби, запаси, джерела які є в наявності і можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети, здійснення плану, рішення якої-небудь задачі.

Термін «потенціал» у своєму етимологічному значенні походить від латинського слова «*potentia*» й означає «приховані можливості», які в господарській практиці завдяки праці можуть стати реальністю. Вперше цей термін згадано в 1924 році К.Г. Воблием [222]. Насамперед, у вітчизняній економічній літературі цей термін у широкому розумінні трактують як можливості, наявні сили, запаси, засоби, які можуть бути використані, або як рівень потужності у будь-якому відношенні, сукупність засобів, необхідних для чого-небудь. Тлумачний словник української мови також під цим терміном

розуміє «приховані здатності, сили для якої - небудь діяльності, що можуть виявитися за певних умов».

Таким чином, зазначимо, що термін «потенціал» означає наявність у кого – небудь прихованих можливостей, які ще не виявилися, або здатності діяти у відповідних сферах. При аналізі економічної літератури з питання наукового визначення поняття «потенціал» виявлено такі проблеми :

- немає однаковості щодо визначення категорії «потенціал» як узагальнюючого поняття приватних підприємств;
- відсутнє розмежування понять «потенціал» і «ресурси», «потенціал» і «потужність»;
- є підміна поняття «потенціал» його окремими видами;
- практично відсутнє визначення рівнів потенціалу приватного підприємства.

Е.Г.Горбунов, ототожнює поняття «економічна потужність», «економічний потенціал» і «народногосподарський потенціал». Він вважає, що «економічна потужність (народногосподарський потенціал) суспільства може бути виражена такими показниками : загальне працездатне населення країни, обсяг її накопиченого національного багатства, річні обсяги валового національного продукту та національного доходу, нематеріального доходу, нематеріального багатства, оцінка природних ресурсів» [123, с. 15].

Слід зауважити, що у складі економічного потенціалу потрібно виділити *виробничий потенціал*, який характеризує ресурси суспільства для створення матеріальних благ, і той, що визначає можливості з надання послуг (готельне господарство, житлово – комунальне обслуговування, освіта, культура, наука, туризм, охорона, здоров'я і.т.д.). Тому, поняття економічного потенціалу відображає повний зміст, що досліджується в економічній літературі.

На думку І.А. Гуніної, під потенціалом підприємства прийнято розуміти сукупність показників або чинників, що характеризують його силу, джерела, можливості, засоби, запаси , здібності, ресурси і багато інших виробничих резервів, які можуть бути використані в економічній діяльності [124, с. 23-29].

Економічний потенціал характерний обсягами накопичення ресурсів і обсягів виробництва матеріальних цінностей та послуг, яких можна досягнути в майбутньому при оптимальному використанні ресурсів [110, с. 104].

Дослідження сучасних підходів до трактування понять «*економічний потенціал*» дало змогу виділити чотири напрямки в його визначенні.

Перший – включає у поняття «*економічний потенціал*» сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових, інформаційних тощо). Сюди ж включається сукупність ресурсів, що забезпечують необхідний рівень організації виробництва та управління.

Науковці другого напрямку включають у поняття «економічний потенціал» тільки систему матеріальних і трудових факторів, що забезпечують досягнення мети виробництва.

Третій напрямок визначає, що «економічний потенціал - це система єдності структури та функцій виробничих ресурсів, вияв їх взаємозв'язку і можливості колективу виконувати певні завдання.

Прихильники четвертого напрямку у визначення «економічного потенціалу» зазначають, що економічний потенціал – це сукупність виробничих ресурсів підприємства на відповідну дату (рис.1)

П О Т Е Н Ц І А Л	Перший напрямок	Д.Черніков [53] М.Белова[5 4] Є.Фігурнов[55]	Сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів
	Другий напрямок	М.А.Іванов а[69] Ю.Г.Одегов [69] К.Л.Андрее ва[69]	Система матеріальних та трудових факторів
	Третій напрямок	І.М.Репіна[110] О.І.Олексю к[110]	Здатність сукупності виробничих ресурсів виконувати поставлені перед підприємством завдання
	Четвертий напрямок	Ю.Г.Одегов [69] М.А.Іванов а[69] К. Андреев[69] І.Репіна [110]	Сукупність виробних ресурсів підприємства на відповідну дату

Рис. 1 Напрямки сучасних уявлень потенціалу *

*Розроблено автором на підставі джерела [53, 54, 55, 69, 110].

До складових потенціалу в цьому розумінні віднесемо відповідні трудові, матеріальні, фінансові та інформаційні ресурси, які залучаються у сферу вдосконалення виробництва. Сюди ж включимо і сукупність ресурсів, які забезпечують необхідний рівень організації виробництва та управління, ресурси сфери освіти і перепідготовки кадрів. «Ресурсне» розуміння потенціалу має важливе значення для планування та, насамперед, управління виробничою діяльністю, але не вичерпує найістотніших його характеристик.

Перший напрям дослідження представляють вчені Д.А. Черніков [53], С. Белова [54], Е. Фігурнов [55] та інші. Вони стверджують, що потенціал – це сукупність різних ресурсів необхідних для функціонування або розвитку

системи. Науковці другого напрямку М.А. Іванова [69], Ю.Г. Одегов [69], К.Л. Андрєєв [69] стверджують, що *виробничий потенціал* – це система матеріальних та трудових факторів, які забезпечують досягнення мети виробництва. Представники третього напрямку у визначенні поняття «*виробничий потенціал*» І.М. Рєпіна [110], О.І. Олесюк [110] трактують потенціал як здатність сукупності виробничих ресурсів виконувати поставлені перед підприємством завдання. Прихильники четвертого напрямку у визначенні ресурсного потенціалу Ю.Г. Одегов [69], М.А. Іванова [69], К. Андрєєв [69], І. Рєпіна [110] визначають його як сукупність виробничих ресурсів підприємства на відповідну дату, на їх думку ресурсний потенціал, є основою формування виробничої програми.

Як відомо, останнім часом методичні підходи до проведення планових розрахунків докорінним чином змінилися. Зміни, які відбулися, пов'язані, по-перше, з розвитком та впровадженням у практику концептуальних положень управління та планування, орієнтацією на стратегічні цілі та завдання приватного підприємства, стан та динамізм змін у зовнішньому середовищі, по-друге, концепції маркетингу, відповідно до якої виробнича діяльність підприємства не є визначальною, приватне підприємство має орієнтуватися на задоволення потреб споживачів, обсяг та структуру попиту, що є запорукою успішної реалізації товарів (продукції, послуг), фінансової стійкості та конкурентоспроможності приватного підприємства.

Насамперед, ефективність діяльності приватного підприємства багато в чому обумовлена правильним формуванням складу і структури економічного потенціалу.

Таким чином, економічний потенціал є багаторівневим і багатоаспектним об'єктом дослідження, тобто за ознакою відособлення виробничих сил економічний потенціал можна розділити на потенціал країни, потенціал галузі, потенціал регіону, потенціал підприємства. Зокрема, економічні потенціали різних рівнів розрізняються складом і розмірами відособлення ресурсів, які визначаються специфікою виробництва і попитом на продукцію, послуги.

Розглянувши сутність економічного потенціалу, на наступному етапі проведемо дослідження підходів до формування системи показників кількісної та якісної оцінки економічного потенціалу підприємства.

На нашу думку, найбільш важливим є отримання сукупної, інтегральної оцінки, яка врахувала б всі можливості і всі обмеження. Така оцінка може бути отримана на основі використання категорії «економічний потенціал», яка відображає сукупні можливості досягнення економічним суб'єктом різних цілей в різних областях. При цьому необхідно, щоб така оцінка відображала характер соціально-економічних відносин на сучасному етапі і містила в собі інтегральні оцінні характеристики всіх аспектів діяльності підприємства [110].

Основою будь-якого методу оцінки економічного потенціалу і окремих його елементів є показники. Детально розроблена і науково обґрунтована система показників оцінювання дозволяє з максимальною точністю описувати економічний потенціал і приймати на цій основі раціональні управлінські рішення. Складність і різноманіття характеристик різних аспектів

економічного потенціалу підприємства зумовлює наявність безлічі показників. При цьому проблема їх використання полягає в тому, що жоден з них не може виконувати роль універсального показника, за яким однозначно можна було б судити про рівень економічного потенціалу підприємства.

Визначення складу показників оцінювання є важливою проблемою методичного забезпечення оцінки економічного потенціалу підприємства. Об'єктивність методу оцінки величини економічного потенціалу підприємства може бути забезпечена лише при правильному виборі системи показників, що дозволяють в комплексі характеризувати потенціал за кількісними та якісними ознаками. Перелік таких показників повинен гарантувати необхідну і достатню інформацію про стан економічного потенціалу підприємства і окремих його елементів з метою прийняття своєчасних і об'єктивних рішень з приводу подальшого розвитку складових потенціалу і вдосконалення їх структури.

Комплексні показники оцінювання мають різну природу та алгоритми побудови. В загальному вигляді розв'язання цієї задачі можливе в три етапи:

1) на першому етапі реалізується задача факторного аналізу простору властивостей, тобто оцінюється, перевіряється та формується набір параметрів, які поділяються на відносно однорідні групи (наприклад ті, що характеризують організаційно-технічний, економічний рівень виробництва, забезпеченість ресурсами і інше). Множина показників нижчого рівня поділяється на групи однорідних за обраними критеріями. Важливо, щоб ці показники, з точки зору обраних критеріїв, можна було порівняти. Окрім того, показники не повинні дублювати один одного або бути дуже корельованими;

2) на другому етапі реалізується задача побудови типології груп показників;

3) на третьому етапі реалізується задача типології динамічних схем (побудова шкал динаміки, вивчення переміщення показників за цими шкалами та конструювання типології динамічних схем розвитку економічного потенціалу підприємства).

Під оцінкою економічного потенціалу підприємства потрібно розуміти процес визначення та аналізу якісних і кількісних характеристик об'єкта, що оцінюється [110]. Тобто, дослідник Лапін Є.В. конкретизує: більш точно оцінка економічного потенціалу підприємства – це процес встановлення (визначення) його величини в натуральному, вартісному чи іншому виразі [110].

Для оцінки економічного потенціалу підприємства можуть використовуватися показники:

- натуральні;
- вартісні;
- абсолютні;
- відносні.

У літературі, присвяченій питанням оцінки економічного потенціалу підприємства, думки про кількість і характер показників, що використовуються для оцінки, різні. Основні розбіжності з даного питання стосуються наступного:

1) проводити оцінку за допомогою загального (інтегрального) показника або системи показників:

а) економічний потенціал підприємства оцінюється за допомогою одного інтегрального показника.

На думку дослідника Шталь Т.В., головна складність аналізу і оцінки потенціалу полягає в тому, що всі його елементи функціонують одночасно і в сукупності. Тому необхідно проводити комплексну інтегровану оцінку.

б) економічний потенціал підприємства може оцінюватися поєднанням окремих показників із загальним.

Так наприклад, дослідник Савченко Н.В. поділяє точку зору тих дослідників, які припускали, що наявність часткових показників не суперечить існуванню загального. При цьому, обов'язковою умовою повинно бути зведення часткових показників до загального. Дослідник Лепьохін О.В. вважає, що для того щоб одержати цільне, сумарне представлення про величину економічного потенціалу підприємства, необхідно різні елементи потенціалу – ресурси – виразити через єдиний вимірник. Тому при оцінці економічного потенціалу питання вибору єдиного вимірника всіх складових частин потенціалу є одним з найважливіших методичних питань [123].

в) економічний потенціал підприємства оцінюється за допомогою системи показників, причому зведення показників, що використовуються, до загального не обов'язково. Такої думки дотримуються дослідники, які вважають, що сконструйований на основі будь – яких принципів загальний синтетичний показник оцінки економічного потенціалу підприємства і його елементів не може охопити або точніше врахувати всі сторони даного поняття.

2) проводити оцінку економічного потенціалу підприємства за допомогою натуральних, вартісних, абсолютних або відносних показників.

Оцінка економічного потенціалу підприємства в натуральному виразі припускає визначення кількості економічних ресурсів, яким володіє підприємство, і кількості продукції, робіт і послуг, які можуть бути виконані підприємством при якнайповнішому і ефективнішому використанні цих ресурсів. При цьому оцінка потенціалу підприємства проводиться з використанням натуральних вимірників [110].

Оцінка економічного потенціалу підприємства у вартісному виразі припускає визначення вартості активів підприємства і величини економічних вигід, які воно може отримувати в майбутньому. Оцінка економічних ресурсів підприємства і економічних вигід проводиться з використанням вартісних показників і вимірників.

Вартісній оцінці підлягають наступні види активів підприємства, що формують його економічний потенціал і зайнятих у виробничій сфері: нематеріальні активи; капітальні інвестиції; основні засоби; довгострокові фінансові інвестиції; виробничі запаси; незавершене виробництво; людський капітал, залучений на підприємство для здійснення виробничої управлінської діяльності.

Вартісною оцінкою економічного потенціалу є сукупність доходів, що отримуються підприємством від використання його активів за всіма напрямками виробничо – фінансової діяльності. Показником вартісної оцінки потенціалу підприємства є величина знов створеної вартості і її складові елементи. До складу доходів і надходжень грошових коштів, що включають в економічну оцінку потенціалу підприємства за результатом його реалізації, входять: прибуток від операційної діяльності; доходи за вирахуванням витрат від фінансової діяльності; амортизаційні відрахування від вартості нематеріальних активів і основних засобів підприємства; доходи від залученого підприємством людського капіталу, отримані у формі основної і додаткової заробітної плати виробничого персоналу з урахуванням відрахувань на соціальні потреби (відрахування до Пенсійного фонду, єдиного соціального внеску).

Економічний потенціал підприємства оцінюється у вартісному виразі:

а) як сума доходів підприємства, що отримуються протягом терміну корисного використання відповідних видів економічних ресурсів з урахуванням чинника часу. Чинник часу враховується за допомогою дисконтування прогнозованих за роками розрахункового періоду доходів підприємства, що є результатом реалізації економічного потенціалу;

б) як середньорічна величина економічної оцінки потенціалу підприємства – диференційована за його складовими елементами.

Як розрахунковий період оцінки економічного потенціалу приймається період часу між роком, на момент якого проводиться оцінка економічного потенціалу, і роком закінчення терміну корисного використання відповідних видів економічних ресурсів. У оцінку економічного потенціалу підприємства включається сума очікуваного відшкодування вартості необоротного активу у формі ліквідаційної вартості.

Дослідник Давискіба К.В. для визначення величини сумарного економічного потенціалу у вартісному виразі наводить форму, за якою вимірювання здійснюється як сума економічних оцінок локальних потенціалів:

де ЕПР – величина економічного потенціалу в річному вимірюванні, гр.од.;

ЕПі – економічна оцінка локальних потенціалів, в річному вимірюванні гр.од.;

і- 1,2.,n – кількість локальних потенціалів.

Проте з таким визначенням не погоджується науковець Лапін, він зазначає, що враховуючи різноманітність, а часом незіставність оцінок окремих локальних потенціалів, доцільніше було б використовувати інтегральну оцінку, а не проводити просте підсумовування окремих елементів.

Використання натуральних показників є достатньо складним, оскільки елементи економічного потенціалу підприємства значно відрізняються один від одного за формою і змістом. Тому більшість дослідників [8, 22, 53, 110, 123] вважають за доцільне вимірювати значення елементів економічного потенціалу підприємства за допомогою єдиного показника – еквівалента.

На наступному етапі нами була розглянута система моделей, за якими можна розраховувати не тільки фактичну величину даного показника, але і максимально досягне його значення в макро- і мікроекономічних умовах функціонування конкретного підприємства.

Відомо, що показник «економічна додана вартість» є результатом безлічі одночасно діючих і взаємозв'язаних чинників, як першого, так і другого, третього і подальших порядків. Для встановлення їх впливу на формування значення даного показника можна використати метод кореляційно-регресійного аналізу і встановлені кількісні залежності між показником економічної доданої вартості і рядом незалежних показників фінансово-економічної і виробничо-господарської діяльності.

Як початкові чинники при формуванні показника «економічна додана вартість» були прийняті параметри, що характеризують не тільки фінансовий стан але і ті характеристики, що відображають специфіку.

Поставлена задача звелася до відбору якнайменшого числа чинників, які б найадекватніше відображали величину створюваної доданої вартості не як функціональну залежність, а як наслідок взаємодії чинників фінансово-економічної і виробничо-господарської діяльності в конкретних геологічних і технологічних умовах.

Для побудови рівняння множинної регресії, що описує показник «економічна додана вартість» як інтегральну оцінку економічного потенціалу, використаний покроковий метод включення змінних в рівняння регресії. В результаті використання даного методу одержане наступне рівняння :

$$EVA = - 7,99X_1 + 1313,3 X_2 + 489,1X_3 - 666,2, (R=0.8), \quad (1)$$

де EVA – економічна додана вартість, тис. грн.; X_1 – тривалість операційного циклу, днів; X_2 – загальний коефіцієнт покриття; X_3 – рентабельність основного капіталу, %.

На наступному етапі потрібен пошук максимально можливого значення створюваної доданої вартості, як інтегральної оцінки економічного потенціалу.

Оскільки формування величини економічної доданої вартості описується рівнянням (1), то очевидно, що досягнення її максимальної величини залежить, перш за все, від співвідношення величини X_1 , X_2 , X_3 . Крім того, слід враховувати той факт, що максимізація показника «економічна додана вартість» досягається при мінімізації тривалості операційного циклу і максимізації рентабельності основного капіталу і загального коефіцієнту покриття.

Таким чином, визначення максимально досяжної величини економічної доданої вартості, створюваної підприємством є одним з різновидів багатокритеріальної задачі з трьома критеріями (2-4), яку необхідно звести до однокритеріальної з функцією мети (1).

$$X_1 \rightarrow K_1; \quad (2)$$

$$X_2 \rightarrow \max; \quad (3)$$

$$X_3 \rightarrow \max; \quad (4)$$

де K_1 - оптимальне значення тривалості операційного циклу, що забезпечує максимальну рентабельність основного капіталу.

Якщо розглядати локальний критерій (2) з позиції його економічної суті, то дане обмеження вірне, а якщо в контексті максимізації EVA (1), то очевидно, що достатнім буде представити критерій (2) у вигляді двох обмежень (5) і (6), що визначають X_1 в інтервалі, що забезпечує дотримання нерівності (4)

$$X_1 \geq K_2; \quad (5)$$

$$X_1 \leq K_3; \quad (6)$$

де K_2, K_3 – мінімальне і максимальне значення тривалості операційного циклу, при яких використання її основного капіталу носить збитковий характер ($X_3 = 0$).

Таким чином, при дотриманні умов (5,6) задача визначення максимально досяжної величини економічної доданої вартості зводиться до двокритеріальної з локальними критеріями (3 і 4). Найбільш відповідним способом рішення даної задачі є багатокритеріальна оптимізація у області компромісу.

Визначення найприйнятнішого співвідношення значень X_1, X_2, X_3 , дозволяє знайти максимально досяжну величину економічної доданої вартості, що є вибіркоvim економічного потенціалу. Як критерій пріоритетності дії на параметри X_1, X_2, X_3 доцільно прийняти коефіцієнт еластичності, що характеризує відносний вплив кожного з них на інтегральний показник «економічна додана вартість».

Таблиця 1

Найменування факторного чинника	Умовне позначення	Одиниця виміру	Середнє значення	Коефіцієнт регресії	Коефіцієнт еластичності	Пріоритетність дії
Тривалість операційного циклу	X_1	дні	320,02	-7,99	-0,99	2
Загальний коефіцієнт покриття	X_2	Ч. од.	0,53	1313,27	2,73	1
Рентабельність основного капіталу	X_3	%	-2,39	489,06	0,46	3

Основною умовою реалізації економічного потенціалу є досягнення оптимальних параметрів не тільки трьох основних чинників X_1, X_2, X_3 , але і чинників нижчих порядків, що визначають три основні.

З метою розробки економіко-математичної моделі визначення значень основних параметрів виробничо-господарської і фінансово – економічної діяльності доцільно представити змінні X_1, X_2, X_3 у вигляді функціональних залежностей (7-9).

$$X_1 = X_8 + X_9, \text{ днів}, \quad (7)$$

де X_8 – оборотність засобів у розрахунках, днів;

X_9 – оборотність виробничих запасів, днів.

$$X_2 = X_{10} / X_{11}, \text{ ч. од.}, \quad (8)$$

де X_{10} – поточні активи, тис. грн;

X_{11} – поточні зобов'язання, тис. грн.

$$X_3 = X_7 / X_{12} * 100\%, \quad (9)$$

де X_7 – чистий прибуток, тис. грн;

X_{12} – величина нетто-активу по балансу підприємства, тис. грн.

Другий підхід до оцінки економічного потенціалу полягає у детальному аналізі економічного потенціалу підприємств за складом, структурою і якістю матеріальних і нематеріальних виробничих ресурсів, а також умовами, що забезпечують найбільш повне й ефективне їх використання. Відповідно до розроблених науково-методичних підходів до оцінки потенціалу підприємства, економічні ресурси, як його визначають, представлені нематеріальними і матеріальними необоротними активи, а також оборотні активи виробничої сфери визначають економічну вигоду від операційної діяльності. Сума економічних вигод від операційної діяльності за виключенням операційних витрат розрахована за роками періоду відтворення потенціалу, визначає його вартісну оцінку.

Як показали проведені розрахунки, у середньому по машинобудівних підприємствах дисконтована оцінка потенціалу на одну гривню виробничих фондів склала 2,8 грн., а на одного середньосписочного виробничого робітника – 200 тис. грн. По підприємствах хімічної промисловості середня дисконтова оцінка потенціалу на одну гривню виробничих фондів істотно нижча, ніж по машинобудівних підприємствах, і складає 1 грн, а на одного середньосписочного виробничого робітника – 264 тис. грн.

Отримані результати вартісної оцінки кадрового і виробничого потенціалів промислових підприємств дозволили розрахувати показники вартісної оцінки економічного потенціалу, критерієм використання якого є сума умовно чистої продукції, яку може отримати підприємство за весь період оцінки його економічного потенціалу. Узагальнені результати оцінки наведені в табл. 2.

Таблиця 2

Вартісна оцінка економічного потенціалу промислових підприємств

Підприємств	Економічний потенціал підприємства			Річна оцінка економічного потенціалу		
	Всього,	Кадровий потенціал	Виробничий потенціал	Всього,	Кадровий потенціал	Виробничий потенціал

о	млн. грн.	млн. грн.		млн. грн.		млн. грн.	млн. грн.		млн. грн	
№1	11625,1	7122,2	1,3	4502,9	8,7	725,6	79,2	2,3	46,4	7,7
№2	6963,6	3802,7	4,6	3160,9	5,4	475,9	32,7	8,9	43,2	1,1
№3	3107,3	1582,4	0,9	1524,9	9,1	196,5	9,2	0,3	17,3	9,7
№4	1664,9	593,5	5,6	1071,4	4,4	121,7	9,3	2,3	2,4	7,7
№5	5643,6	012,3	3,4	2631,3	6,6	360,9	59,3	4,1	01,6	5,9
№6	193,3	126,2	5,3	67,1	4,7	15,2	0,1	6,4	,1	3,6
№7	359,2	244,9	8,2	114,3	1,8	24,4	5,6	3,9	,8	6,1

У блоці 1 «Збір і угруповання початкової інформації» відбувається попередня обробка початкової інформації. Для проведення аналізу необхідна інформація за певний період років, що характеризує економічний потенціал і результати діяльності сукупності підприємств, що функціонують в приблизно однакових умовах. Як початкова інформація необхідні чисельні значення наступних показників по кожному підприємству:

- 1.1. Середній розряд робітників підприємства.
- 1.2. Питома вага службовців, що мають вищу або середню спеціальну освіту в спільній чисельності службовців (частка від одиниці).
- 1.3. Середній стаж роботи за фахом керівників і фахівців підприємства, років.
- 1.4. Об'єм виробленої продукції або виконаної роботи, тис. грн.
- 1.5. Среднеспісочна чисельність тих, що працюють, осіб.
- 2.1. Вартість ОВФ, тис. грн.
- 2.2. Коефіцієнт фізичного зносу ОВФ (частка від одиниці).
- 2.3. Фондовіддача основних фондів.
- 2.4. Частка активної частки основних фондів (частка від одиниці).
- 3.1. Реальні фінансові ресурси підприємства, тис. грн.
- 3.2. Частка фінансових ресурсів, що інвестуються в оборотний капітал (частка одиниці).
- 3.3. Коефіцієнт достатності оборотного капіталу.
- 4.1. Частка витрат на інновації в спільній величині витрат підприємства (частка від одиниці).
- 4.2. Частка незавершених інновацій на початок звітного періоду (частка від одиниці).

У блоці 2 «Кількісна оцінка економічного потенціалу підприємства. На основі показників 1.1.-1.5. оцінюється трудовий потенціал підприємства, за показниками 2.1.-2.4. оцінюється виробничо-майновий потенціал, за показниками 3.1.-3.3 і 2.3. оцінюється фінансовий потенціал, за показниками 4.1.,4.2. і 3.1. розраховується значення інноваційного потенціалу підприємства.

У блоці 3 «Порівняльна оцінка економічного потенціалу підприємства» проводиться порівняльний аналіз по кожній компоненті економічного потенціалу по всій сукупності даних підприємств і досліджується динаміка компонент економічного потенціалу підприємства по роках. Розраховуються у відсотках економічного потенціалу по колу підприємств. Підприємствам привласнюються ранги по кожній компоненті економічного потенціалу в порядку їх убавання, і визначається спільний ранг для економічного потенціалу.

У блоці 4 «Визначення пріоритетів компонент економічного потенціалу підприємства» досліджується вплив компонент економічного потенціалу лісопромислового підприємства на його обсяг виробництва. Використовується виробнича функція вигляду : $Y = A * X_1 * X_2^{a_2} * X_3^{a_3} * X_4^{a_4} * X_5^{a_5}$ (6), де Y – об'єм виробничої продукції, а X_i – i -а компоненту економічного потенціалу лісопромислового підприємства, A більше і рівне 0 для всіх i – параметрів, які визначаються за допомогою методу оцінок компонент економічного потенціалу досліджуваної сукупності підприємств.

У блоці 5 «Визначення «вузьких» місць в економічному потенціалі підприємства» для конкретного підприємства, де виявляють пріоритетний компонент економічного потенціалу, використання економічного потенціалу підприємства, що негативно впливають на ефективність. По кожній складовій компоненти економічного потенціалу (обсяг відповідного ресурсу, якість ресурсу і ефективність використання ресурсу) проводиться порівняльний аналіз по даній сукупності підприємств, який дозволяє визначити яка з складових компоненти економічного потенціалу даного підприємства є «вузьким» місцем, що негативно впливає на розвиток підприємства.

Заслугове на увагу методика комплектної оцінки економічного потенціалу, що базується на співвідношенні еталонних на реальних показників.

Якісна комплексна оцінка економічного потенціалу буде складається зі складових оцінок, що визначають його рівень та джерел формування потенціалу : фінансового, технічного, кадрового, інноваційного. Такий підхід дозволяє розглянути економічний потенціал як складну комплексну систему.

Спроби довести рівень економічного потенціалу до єдиного показника чи обрати показник, який відображає всі аспекти системи та процеси його оцінки, зменшують цінність інших параметрів. Тому вважаємо доцільним сформулювати сукупність параметрів, що відображають усі аспекти та системи функціонування підприємства.

Таблиця 3

Показники оцінки складових економічного потенціалу підприємства

Вид потенціалу	Показник оцінки	Наданий ранг	Еталонна величина показника	Реальне значення показника од. виміру	Значення на відповідній осі
Технічний	Коефіцієнт придатності				

	основних виробничих засобів, %				
Фінансовий	Рентабельність активів, %				
Кадровий	Продуктивність праці, т-км/кількість робітників				
Інноваційний	Середня частка нематеріальних активів у необоротних активах, %				

Кожен з показників характеризується умовним максимумом (еталонним значенням) та фактично досягнутим значенням у цій сфері за рік, оптимальними та реальними значеннями, встановленими в результаті порівняння показників діяльності підприємства.

Значення останньої графі може бути використано як деяка багатоаспектна оцінка економічного потенціалу по співвідношенню реального значення, який характеризує кожен з потенціалів, до його еталонного значення з урахуванням рангів.

Більш деталізований набір показників у процесі здійснення оцінки рівня використання економічного потенціалу наведений у таблиці.

Таблиця 4

Система показників оцінювання рівня використання економічного потенціалу машинобудівного підприємства.

<i>Основні засоби</i>	<i>Оборотні активи</i>	<i>Кадрова складова</i>	<i>Фінансова складова</i>	<i>Управлінська складова</i>
Показник фондівддачі (<i>Фв</i>); - коефіцієнт придатності (<i>Кпр</i>); - коефіцієнт використання потужностей (<i>Кпот</i>); - рентабельність основних засобів(<i>Роз</i>)	- показник оборотності запасів (<i>Коб</i>); - коефіцієнт матеріаловіддачі (<i>Кмат</i>); - рентабельність оборотних активів (<i>Роб</i>);	- фондоозброєність (<i>Фоз</i>); - показник сталості персоналу (<i>Пст</i>); - зарплатовіддача (<i>Зв</i>); Темп зміни продуктивності праці (<i>Тпр</i>); - коефіцієнт підвищення кваліфікації (<i>Ккв</i>)	- коефіцієнт автономії (<i>Кав</i>); - коефіцієнт фінансового левериджу (<i>Фл</i>); - коефіцієнт капіталізації прибутку (<i>Ккп</i>); - рентабельність активів (<i>Раk</i>); - забезпечення запасів (<i>Фоб</i>);	- оборотність залишків готової продукції (<i>Гоб</i>); - рентабельність витрат на управління (<i>Рв.упр.</i>); - темпи оновлення технології (<i>Тон.т</i>).

Оцінку потенціалу підприємства можна інтерпретувати як геометричну фігуру, яка виражає кількісну оцінку потенціалу. Сукупність об'ємних та структурних показників дає можливість всебічної оцінки потенціалу, оскільки, незважаючи на великий обсяг ресурсів, що характеризують вартісну складову, перш за все, свідчить тільки про вкладення ресурсів за певними перспективами збалансованої системи показників; у той же час, структурні показники дають можливість оцінити ефективність вкладення та використання означених ресурсів.

Усі наведені вище методики повинні включати, доповнювати одна одну тому, що найбільш доцільним для формування загальної тенденції є використання різних методик. Теоретично вони повинні дати однаковий результат, але на практиці це досягти проблематично.

Необхідно додаткове погодження результатів: набіру факторів та їх взаємозв'язку з оцінкою економічного потенціалу; статистичні та вірогідні оцінки; логічні міркування та судження.

Тільки виконуючи наведені умови, слід приймати кінцеве заключення щодо проведеної оцінки рівня економічного потенціалу підприємства.

Таким чином, розглянувши існуючі визначення і складові економічного потенціалу підприємства, слід зазначити, що це комплексна категорія. Вона складається з ряду локальних потенціалів, вплив яких, в зазначеній мірі, залежить від чинників мікро- і макроекономічного середовища функціонування господарюючого суб'єкта.

Визначення економічного потенціалу неможливо без обґрунтування і вироблення стратегічної мети підприємств. Найпоширенішими поглядами на стратегічну мету підприємства серед вітчизняних економістів є забезпечення конкурентоспроможності або життєздатності в довгостроковому періоду. Проте залишається не вирішеним питання визначення кількісної оцінки економічного потенціалу, що дозволяє ухвалювати рішення про доцільність подальшої експлуатації або рішення про необхідність закриття і ліквідації.

Для розробки методу оцінки економічного потенціалу підприємств, що визначає максимальну досяжну ефективність їх функціонування необхідно розробити відповідні моделі, критерії та алгоритми оптимізації.

1.3.2. Економічне оцінювання потенційних об'єктів інвестування

В умовах посилення впливу глобалізації на економіку України з новою силою загострилися питання злиття та поглинання, з якими тісно пов'язаний аспект визначення вартості підприємств як цілісних об'єктів. Національні стандарти, покликані бути орієнтиром для практиків, формулюють рекомендації розмити та без посилянь на конкретні механізми методичного забезпечення оцінювання. Задля усвідомлення та пристосування відповідних методик до української практики ми вважаємо доцільним звернутись до міжнародного досвіду в цій сфері.

Теорія та практика оцінювання вартості підприємств відзначається великим різноманіттям методик, що обумовлено суттєвою зміною вимог до оцінювання з плином часу. Накопичений за ХХ сторіччя досвід у сфері економіки підприємств призвів до появи та розвитку нових концепцій.

В залежності від концепції оцінювання, методики можна класифікувати як

- методики загального оцінювання;
- методики оцінювання окремих складових підприємств;
- методики змішанного оцінювання.

Подібний поділ зустрічається в [226, с. 28-30], [229, с. 78], [227, с. 9-10].

Методики загального оцінювання розглядають підприємство як цілісну одиницю. Його вартість визначається майбутніми прибутками, які очікують від підприємства в цілому, тобто вона не залежить від ізольованих вартостей активів або кредиторської заборгованості.

Методики оцінювання окремих складових, як стає зрозуміло з назви, розраховують вартість підприємства як суму окремих статей майна за мінусом заборгованості. При цьому з поля зору випадають ефекти, що отримують від одночасної дії окремих складових (ефекти синергії).

Методики змішаного оцінювання являють собою комбінацію перших двох типів, яка містить їх елементи. Існування комбінованих методик пояснюється серйозними розходженнями в розмірі вартості, яку було обчислено за допомогою методик загального оцінювання та методик окремих складових. Цей тип – спроба наближення вище згаданих концепцій з метою підвищення точності їх результатів.

Сукупність методик в залежності від виду оцінювання, на якому вони засновані, можна розподілити на чотири нерівних групи:

- ✓ витратно-орієнтоване оцінювання;
- ✓ доходно-орієнтоване оцінювання;
- ✓ ринково-орієнтоване оцінювання;
- ✓ оцінювання реальних опціонів діяльності.

Порядок наведення груп відповідає періодизації виникнення методик в теорії та практиці оцінювання підприємств. В США виокремлюють лише перші три групи, оскільки оцінювання опціонів не вважається самостійним підходом.

Короткий огляд сутності, концепцій і видів вартості, якими користуються ті чи інші методики, наведено в таблиці 1.

Більш докладний огляд методик, що належать до кожної з груп, наведено в таблиці 2. Там також розглянуто основні види методик змішаного оцінювання.

Суттєвою відмінністю між методикою оцінювання доходів, що домінує в Німеччині, та методикою дисконтованих грошових потоків, яку застосовують в США, є послідовна орієнтація останньої на ринок капіталів.

Таблиця 1

Огляд методик оцінювання

	Витратний підхід	Дохідний підхід	Ринковий підхід	Опціонний підхід
Вид вартості	Ліквідаційна Відтворювальна Балансова	Вартість п/п, виходячи з його майбутніх доходів	Ринкова	Вартість реальних опціонів
Концепція	Оцінка окремих складових	Загальна оцінка	Загальна оцінка	Доповнююча загальна та оцінка окремих показників
Сутність	Вартість активів, зменшена на	Капіталізована вартість майбутніх грошових потоків	Зіставлена з оцінками показників	Вартість стратегічних альтернатив дій

	вартість зобов'язань	в розпорядженні підприємства	підприємств порівняльної групи, які котуються на ринку	
--	----------------------	------------------------------	--	--

Групу комбінованих методик, в свою чергу, можна поділити на методики середньої вартості та методики понадприбутків. Найпростішим варіантом середньої вартості є визначення підприємства як середнього арифметичного субстанційної вартості за доходами (Берлінська методика)¹. Її модифікацією користуються в Швейцарії. Відмінність між ними складається в тому, що 1/3 вартості підприємства відводиться субстанційній та 2/3 – вартості за доходами ².

У випадку методики понадприбутків вартість підприємства отримують з його відновлюваної вартості та сучасної вартості очікуваних майбутніх понадприбутків, під якими розуміють суму, що перевищує так званий нормальний прибуток, тобто, нарахування відповідних процентів на субстанційну вартість підприємства³.

Усі методики, які базуються на комбінації субстанційної та вартості за доходами, не підходять у випадку збиткових підприємств, або підприємств, де субстанційна вартість приносить недостатньо відсотків чи від'ємні відсотки. Спеціальна методика, яка задовольняє таким вимогам, була розроблена Schnettler в 1939 році та наведена в його книзі «Процент та економічна діяльність». Вона основана на тому, що покупець купляє підприємство за вартістю його створення, якщо вона перевищує ринкову вартість на даний момент. У зв'язку з цим амортизацію майна, що використовується в операційній діяльності, слід нараховувати, виходячи з вартості, яка відповідає йому при купівлі підприємства, а не із вартості придбання. При цьому після повного використання потужностей підприємству не залишається коштів для придбання або створення нових, тобто підприємство повинно бути ліквідовано, або перейти на інший вид діяльності.

У зв'язку з високим рівнем невизначеності української економіки та малою достовірністю прогнозів майбутніх прибутків комбіновані методики можуть бути корисними при оцінюванні вітчизняних підприємств.

На теперішньому етапі розвитку оцінювання на Заході більшість авторів дотримуються думки про незадовільність субстанційної вартості в якості інструменту прийняття рішень. Їх аргументація, в першу чергу, ґрунтується на тому, що цей вид вартості не враховує майбутні прибутки підприємства, отже, призводить до хибних результатів оцінювання.

Таблиця 2

Склад основних груп методик оцінювання.

¹ [226, с. 26]

² [226, с. 48]

³ [226 с. 49-50]

Витратний підхід	Дохідний підхід	Порівняльний підхід	Опціонний підхід
1. Субстанційна вартість на основі відтворювальної вартості 2. Субстанційна вартість на основі ліквідаційної вартості 3. Субстанційна вартість в сенсі витрат, що були зекономлені 4. Субстанційна вартість окремих статей майна та заборгованості	1. Методика дисконтованих грошових потоків (США) 1.1. За джерелами майна в цілому: а) WACC (Середня зважена вартість капіталу) б) Total CF (Валові грошові потоки); в) Adjusted PV (Скоригована теперішня вартість). 1.2. За власним капіталом. 2. Методика оцінки вартості доходів (Німеччина)	1. Методика відповідного підприємства на ринку (Similar Public Company Method) 2. Методика недавніх поглинань (Recent Aquisition Method) 3. Методика нових емісій (Initial Public Offering Method)	1. Біномінальна модель а) на один період; б) на декілька періодів. 2. Динамічне програмування 3. Contingent Claim Analyse
Комбіновані методики 1. «Берлінська» методика середньої вартості 2. Модифікована методика середньої вартості . 3. Методика ренти понадприбутків а) без дисконтування понадприбутків – методика річної купівлі; б) методика, яка передбачає зниження понадприбутків – методика de Leak. 4. Штуттгартська методика (податки). 5. Методика Шнеттлера 6. Методика оцінювання доходів на основі прибутків у минулому			

Внаслідок практичної неможливості визначення вартості нематеріальних активів піддається сумніву і здатність субстанційної вартості інформувати щодо вартості створення аналогічного підприємства.

Прибічники цього виду вартості вважають, що за допомогою нівелювання майбутніх обставин досягають вищого рівня надійності у визначенні вартості, що робить методики витратного підходу порівняно простим способом отримати достовірні результати. Проте простота не завжди свідчить про достовірність

Субстанційна вартість як зекономлені витрати та ліквідаційна вартість підприємства мають практичну цінність та виконують критерій орієнтації в майбутнє та корисності для прийняття управлінських рішень. В цих аспектах вона є важливою гіпотетичною або реальною міноюю вартістю, тому може слугувати індикатором вартості, доповнюючи ринкову вартість підприємства, та може бути інформативною в якості контрольної величини. Більшість

економістів, представлених нами в таблиці 3, як прибічники субстанційної вартості, дотримуються цієї думки.

Таблиця 3

Ставлення авторів німецької школи оцінювання субстанційної вартості

Прибічники	Противники
Helbling, Voigt, Csik, Bellinger, Vahl, Hosterbach, Boemle, Dielmann, König, Beisel, Klumpp, Humpert, Bossart, Rid, Lerbinger, Zimmerer, Coenenberg, Hering, Hommel / Dehmel, Matschke / Brösel	Sieben, Moxter, Busse von Colbe, Matschke, Born, Seppelfricke, Diehm, Stellbrink, Nowak, Behringer, Stefan Marx, Hering

Значення субстанційної вартості підприємства неможливо переоцінити у випадку оцінювання кредитоспроможності підприємств. Крім того у зв'язку з прозорістю та ясністю методик витратного підходу робить їх популярними у випадках судового розгляду суперечливих питань в Німеччині.

Проблемним аспектом застосування субстанційної вартості в умовах української практики оцінювання виявляється відсутність ефективного ринку промислових та інших активів, які перебували у використанні, на основі поточних цін якого оцінюється субстанція підприємства. Хоча ця група методик цілком відповідає етапу розвитку продуктивних сил України, її оцінки носять приблизний а то й імовірнісний характер.

Дискусія з приводу обґрунтованості оцінювання підприємств на основі ринкових цін ведеться з часів появи концепції ринкових порівнянь в 20-их роках минулого сторіччя. Згідно з положеннями теорії ринків, це єдине мірило вартості підприємств, якому можна довіряти, оскільки лише ринкова вартість на певну дату відбиває сукупну об'єктивну думку всіх учасників ринку про дохідність, яку принесе володіння частиною активів цього підприємства. Як відомо, в ринковій економіці, яку на сучасному етапі прагне побудувати наша держава, мінова вартість благ превалює над вартістю використання. Проте слід пам'ятати, що це справедливо лише у випадку досконалої конкуренції на ринку, гомогенності товарів, що продаються та купуються, ефективності ринку в плані інформації та прозорості його для всіх учасників. Жодна з цих умов не відповідає дійсності в разі оцінювання підприємств, кожне з яких – унікальне, суб'єкти ринку не мають всієї необхідної інформації в разі прийняття рішення про покупку, а конкуренція далека від вільної. Спекуляції на світових фондових ринках та так звані «бульби», які спричиняють їх невірноваженість, свідчать про небезпеку довіряти справу оцінювання ринковим механізмам. Ці застереження особливо актуальні в період загострення світової фінансової кризи.

Думки щодо валідності результатів оцінювання вартості підприємств за допомогою методик ринкових порівнянь розділились. В німецькомовній літературі домінують скептичні настрої відносно її корисності. Основною причиною популярності методик порівняльного підходу та методики мультиплікаторів зокрема, називають їх простоту та зрозумілість. При цьому свідомо відбувається спрощування релевантного для оцінювання кола

факторів. Вони ідеально задовольняють вимогам визначення ринкових вартостей в першому наближенні, наприклад, в технічному аналізі, у випадках, коли немає часу на детальні розрахунки, тому що обходять проблему прогнозування. Проте, за простоту методики користувач платить достовірністю отриманих результатів.

Простота і зрозумілість як основні переваги методик ринкових порівнянь теж виступають дискусійним питанням. Уявлення про структуру грошових потоків та ставку дисконтування та інші, пов'язані з ними, містяться в мультиплікаторах а ріогі та обов'язково приймають участь в процесі їх побудови, хоча на цьому не наголошують. Через потребу адаптації та ув'язки структур аналогових підприємств з тим, що оцінюють, для отримання порівняних результатів, простота зникає. За витратами часу та праці цей процес не поступається відповідному оцінюванню за доходами або дисконтованими грошовими потоками.

На нашу думку, мало переконливим є припущення аналогії відносно вартості об'єкта оцінювання та підприємств порівняної групи, оскільки кожне підприємство унікально за своєю природою. При підборі учасників до порівняної групи за заданими критеріями відповідність досягається лише приблизно або призводить до малих за кількістю груп, що знижує репрезентативність результатів. Крім того, поруч з аналізом об'єкта оцінювання необхідно аналізувати кожен потенційний аналог, що підвищить витрати часу, а отже, і витрати на оцінювання.

Внаслідок неефективності ринку капіталів України ринкова ціна не відбиває реальну вартість акцій. Для акцій підприємств, операції за якими на ринку незначні, ринкові порівняння беззмістовні. Це стосується переважної більшості вітчизняних підприємств. Таким чином, для оцінювання українських підприємств дана концепція незадовільна.

Мультиплікатори на базі біржових курсів слугують, в першу чергу, оцінюванню інструментів ринку капіталів, а не визначенню внутрішньої вартості підприємств. Вони відбивають поточні ринкові тенденції, в тому числі швидкоплинної та штучної природи. Лише в частковому випадку оцінювання підприємств, коли аналізують обставини виходу на ринок з первісною емісією на фондовий ринок, слід визначати потенційні ринкові ціни, щоб прийняти рішення про момент виходу. Тоді методики ринкового підходу корисні, оскільки попередня оцінка ринку є вирішальним фактором ціноутворення. Пошуку ціни емісії слугують попередній маркетинг (інтерв'ю інституційних інвесторів), збір підписів та оголошення курсу емісії (Bookbuilding).

Методику мультиплікаторів деякі автори критикують як ненаукову, оскільки вона залишає високий ступінь сподоби при виборі порівняної групи, релевантних показників та їх агрегуванні. Подібна проблема притаманна і методикам дохідного підходу, більш обґрунтованих науково, проте теж слабким в плані суб'єктивності визначення вхідних кількісних даних для розрахунків і заснованих на приблизних положеннях. Оскільки останні складніші в плані розрахунків, оцінювання відбувається менш прозоро, ніж у випадку мультиплікаторів, отже, зростає ризик перекручень.

Методика ринкових порівнянь корисна тоді, коли немає планових відомостей, необхідних для детального оцінювання за майбутніми грошовими потоками. Спеціальний випадок її використання – оцінювання за сумою частин (Break-up-Value), воли вартість підприємства визначається як сума вартостей його різних сфер діяльності. Нею зручно користуватись при оцінюванні конгломератів, коли через недостатню інформативність звітності по сегментам або великою кількістю сфер діяльності використання методики вартості за доходами стає неможливим.

Економічне оцінювання невизначених майбутніх грошових потоків стикається з трьома проблемними питаннями:

1. Розмежування та кількісна характеристика релевантних грошових потоків;
2. Трансформація їх у вартість підприємства;
3. Операціоналізація пропозиції в сенсі практично гідної методики.

Перша проблема стосується практики кожного конкретного випадку. Внаслідок конкуренції, що постійно посилюється, та ситуації на ринках, що швидко змінюється, математико-статистичні методики прогнозів, що ґрунтуються на минулому, втрачають достовірність та надійність. Обґрунтовані судження щодо інтервалів, дисперсії та взаємної залежності майбутніх грошових потоків можуть дати лише управлінські кадри підприємства, які тісно взаємодіють з ринком.

В практиці оцінювання не існує одностайної думки про показник, який найкращим чином відбиває величину вартості підприємства. Вигоди, які можна кількісно визначити, можна розглядати у багатьох формах. В основному автори розглядають їх у двох аспектах: для об'єкта оцінювання – чиста теперішня вартість майбутніх нетто-виплат і для інвестора – нетто-надходження у формі дивідендів. В таблиці 4 наведено можливі детермінанти по ступеню зниження релевантності для визначення вартості підприємств.

Таблиця 4

Показники, які можна використовувати для оцінювання вартості підприємств

[226, с. 109], [229 с. 30]	[230, с. 31]	[228, с. 73]
Нетто-грошові потоки у (потенційного) володаря	Нетто-виплати дивідендів та інші надходження грошових коштів у інвестора, пов'язані з придбанням підприємства	
Нетто-виплати дивідендів	Нетто-виплати дивідендів	Нетто-виплати дивідендів
Перевищення надходжень грошових коштів над їх вибуттям	-	Перевищення надходжень грошових коштів над їх вибуттям
Нетто-вартість надходжень	Майбутні чисті прибутки та інші надходження грошових коштів (вигоди інвестора,	

	пов'язані з придбанням підприємства)	
Фінансові результати майбутнього	Майбутні чисті прибутки	Фінансові результати майбутнього

Який з них буде покладено в основу оцінювання, залежить від приводу оцінювання та ступеню спрощення. З цього витікає, що для одного підприємства існують різні вартості за доходами, їх величини значною мірою відрізняються.

Крім неточності прогнозів в якості другої проблемної галузі виступає вимога однакового рівня невизначеності для різниці між доходами і витратами в чисельнику та ставки дисконту у знаменнику (принцип еквівалентності). Для виконання цієї вимоги практично відсутні відомості про функцію сприйняття ризику, притаманну даному суб'єкту.

Ці міркування, а також високий ступінь невизначеності свідчать про неможливість використання методик дохідного підходу для прийняття рішень в умовах української практики господарювання. Таким чином, за результатами проведеного аналізу методичного забезпечення, запропонованого у стандартах оцінювання 1-4, ми дійшли висновку про необхідність розробки альтернативної методики оцінки підприємств як цілісних майнових комплексів, чому буде присвячено наступний етап досліджень.

Об'єктом нашого дослідження виступає вітчизняна кабельна промисловість. Ринок кабельно-провідникової продукції на сьогодні експерти вважають сформованим і структурованим. Кабельну промисловість України репрезентують понад 30 великих та середніх підприємств переважно акціонерної форми власності (див табл. 1) та понад 100 підприємств, що спеціалізуються на реалізації кабельної продукції.

Таблиця 5

Виробники КПП за масштабами діяльності

	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
Великі	7	8	8	8	8	8	4
Середні	8	9	14	15	15	15	17
Всього	134	127	115	86	74	63	59

На внутрішньому ринку спостерігається значний рівень конкуренції, яка суттєво посилилась після вступу України до СОТ в 2008 р. Песимістичні прогнози щодо різкого зниження конкурентоздатності вітчизняних виробників не виправдались, проте прискорились процеси злиття та поглинання дрібних підприємств, що підтверджує гостру необхідність в оцінюванні їх вартості. Чітка тенденція до укрупнення і виходу дрібних виробників з ринку пояснюється зниженням рентабельності невеликих кабельних цехів з кількох сотень на початку 90-х до 4-8 % в 2010.

Розташування підприємств за регіонами України раціональне і підпорядковано загальним закономірностям і принципам розміщення

продуктивних сил. За порівняльною оцінкою регіони, де переважно розміщені кабельні виробництва, належать до ядра промислового розвитку держави. Фактори, що впливають на вибір місця розташування: близькість до сировини, споживачів продукції, висококваліфікована робоча сила та наявність наукових кадрів.

Починаючи з 1996 року, в Україні спостерігається стійке зростання обсягів виробництва і реалізації кабелю, в середньому на 10-20 % на рік, зумовлене поживленням промислового виробництва, будівельно-монтажних робіт, розвитком сфери зв'язку та телекомунікацій. Незважаючи на деяке уповільнення розвитку ринку кабельно-провідникової продукції в 2005-2010, викликане, з одного боку, нестабільністю економічної ситуації в країні, а з іншого – різким зростанням цін на кольорові метали, український ринок – другий за обсягами у країнах СНД після російського й один з найбільш ємних у Східній та Центральній Європі.

Враховуючи можливі наслідки світової фінансової кризи та прогнози фахівців Мінпромполітики щодо зростання попиту на високотехнологічні види кабельно-провідникової продукції, кабельне виробництво найближчими роками чекає стагнація. Скорочення обсягів виробництва на підприємствах-споживачах (передусім машино- і приладобудування) загрожує скороченням попиту як в Україні, так і на традиційних іноземних ринках збуту (передусім СНД) та форсованим виходом іноземних конкурентів на національний ринок. Специфіка кабельної продукції полягає в тому, що попит на неї може бути відкладений на певний час, тому в залежності від стану економіки та фінансових можливостей споживачів він зазнає значних коливань. В умовах нестабільної економічної ситуації підприємства зв'язку та енергетики, металургійні комбінати, будівельні організації та інші найбільші споживачі призупиняють здійснення інвестиційних проектів і виділяють кошти переважно на поточний ремонт і заміну старих кабелів.

Таким чином, застосування методик оцінювання вартості підприємств за доходами, яке спирається на прогнозуванні майбутніх фінансових результатів або грошових потоків (в залежності від обраної методики) обмежене. Це викликано тим, що неможливо з достатнім ступенем точності оцінити масштаби попиту на кабельно-провідникову продукцію різних номенклатурних груп наступними роками, а відтак – використати ці дані для оцінювання виробників як цілісних комплексів. Крім того, тимчасові від'ємні результати діяльності, отримані починаючи з 2008 року більшістю підприємств, робить неможливим застосування всіх методик, окрім методики Шнеттлера, яка дозволяє у розрахунках оперувати збитками.

Попри зростання обсягів внутрішнього виробництва, український ринок лишається привабливим для великих компаній як ринок збуту. Так, в Україну завозиться: продукція, яка не випускається на вітчизняних підприємствах: потужні силові, коаксильні, самонесучі кабелі; продукція, обсяг виготовлення якої в Україні поки недостатній внаслідок браку потужностей для виробництва: кабелі з ізоляцією зі зшитого поліетилену, кабелі типу «скручена пара», для кабельного телебачення, гнучкі кабелі в гумовій ізоляції; продукція,

якість якої вище, ніж у вітчизняних аналогів незважаючи на суттєву різницю в цінах.

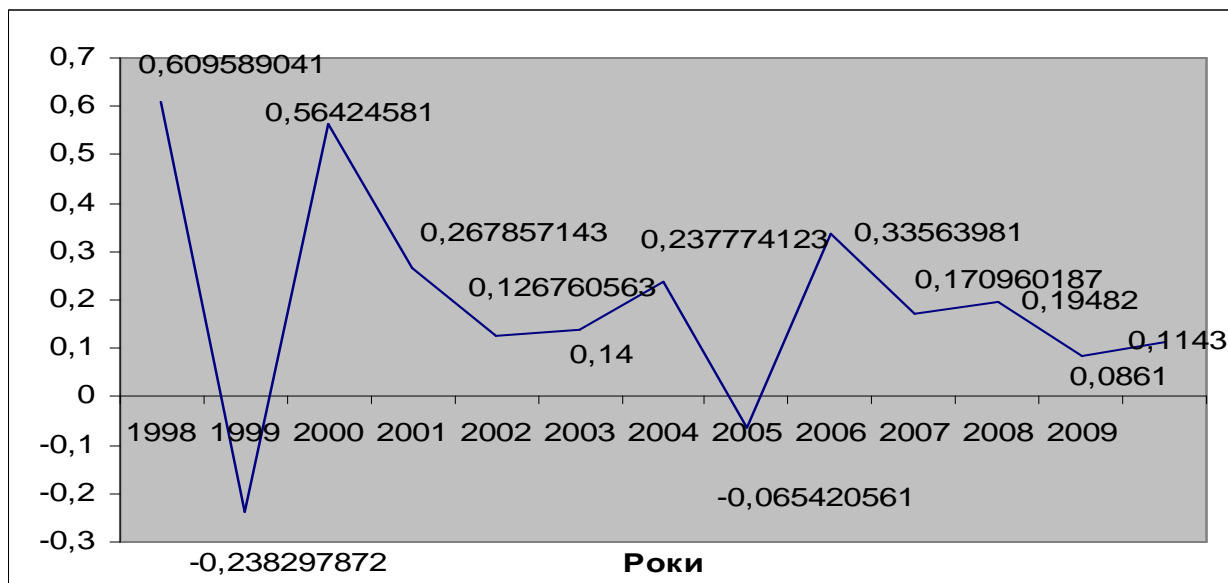


Рис. 1. Темпи зростання обсягів виробництва кабельно-провідникової продукції у вартісному виразі (з виключенням впливу інфляції)

Основні іноземні конкуренти:

- російські товаровиробники – внаслідок покладів міді в Росії продукція дешевша за ціною;
- Німеччина, Польща, Македонія, Угорщина – імпорт високоякісної високотехнологічної кабельної продукції;
- Китай, Туреччина – продукція найдешевшого цінового сегменту та якості, що не відповідає стандартам і нормам (переважно контрабанда).

Специфіка кабельної промисловості визначається її місцем в системі галузей матеріального виробництва. За класифікацією КВЕД вона належить до переробної промисловості, групи «Машинобудування, ремонт та монтаж машин і устаткування», підгрупи «Виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування». Визначну роль відіграють також актуальний стан галузі, призначення продукції, особливості сировинної бази, техніки і технології виробничого процесу.

Особливості сучасного стану української кабельної промисловості:

- наявність підприємств різної виробничої потужності та спеціалізації;
- масове виробництво, ефект масштабу на великих підприємствах;
- використання різного технологічного обладнання;
- використання специфічної сировини, що характеризується колом якісних ознак, які тісно пов'язані з якістю готової продукції;
- безперервна робота підприємств на протязі року попри наявність сезонності в споживанні більшості видів кабельної продукції (попит найбільший восени та весною в час підвищення активності в будівництві);

- широкий асортимент та незначна взаємозамінність окремих видів кабелю, що робить неможливим збільшення обсягів виробництва видів продукції з оптимальним співвідношенням рівнів попиту і рентабельності;
- висока сегментація ринку та значна кількість товарних груп;
- постійне розширення асортименту за рахунок високотехнологічної продукції зі збереженням позицій її традиційних видів.

Сучасний ринок кабельно-провідникової продукції широкий і насичений за асортиментом. За офіційними даними українська кабельна промисловість випускає приблизно 95 % відомої в світі кабельної продукції: 42 товарні групи та кілька тисяч марко-розмірів. Зберігається висока питома вага традиційних видів кабелю, проте з 2000 року швидко зростає обсяг виробництва високотехнологічних видів: оптико-волоконний, кабель типу «скручена пара» – що є реакцією товаровиробників на стрімке зростання попиту на ці види продукції в Україні.

Налагоджують виробництво сучасних наукомістких видів кабелів високої якості, які зараз переважно ввозять з-за кордону, лише такі гіганти, як ЗАТ «Південькабель» (Харків) та ВАТ «Одескабель» (Одеса). Проблемним аспектом є неможливість проведення реконструкції та закупівлі новітнього обладнання переважною більшістю дрібних та середніх виробників через брак достатньої кількості фінансових ресурсів. Особливо гостро це питання постало в 2008 році під впливом таких об'єктивних причин як вступ України до СОТ та початок світової економічної кризи. Для підтримання конкурентоспроможності української кабельно-провідникової продукції потрібні значні інвестиції, що обумовлює актуальність та практичне значення досліджень в галузі оцінювання вартості та інвестиційної привабливості підприємств кабельної промисловості.

Несприятливим фактором розвитку галузі є відсутність в Україні виробників обладнання для кабельно-провідникової продукції світового класу. Виробники сучасного обладнання закордонні, зокрема: MAG (Австрія), Nokia, NEXTRON (Фінляндія), PROTON, Trafalgar (Великобританія), SKET, ThyssenKrupp, Niehoff Gruppe, Troester (Німеччина), Caballe (Іспанія), Gruno, Di Angelo Industry (Італія), Swisscab, Mallefer (Швейцарія), Synchra (США) як правило, не продають технологію разом з обладнанням. Перед виробниками постає проблема розробки власними силами технологічних процесів з виготовлення новітніх видів кабелю. Це вимагає значних витрат на науково-дослідні роботи та інноваційну діяльність, що можуть собі дозволити лише великі підприємства.

Сегментація ринку кабельної продукції, значна кількість товарних груп і обсяги номенклатури спричиняє неоднорідність товаровиробників за групами продукції. Широкий асортимент надає можливості спеціалізації, що обумовлює суттєві розбіжності у техніко-економічних показниках діяльності різних підприємств. Враховуючи постійні зміни у кон'юктурі та попиті, окремі виробники відмовились від вузької спеціалізації, яку практикували в радянські часи, та пропонують випуск якомога більшої кількості продукції для

різних секторів економіки. Інші надають перевагу спеціалізації на одному або декількох видах спорідненої продукції. Асортимент продукції різних заводів в основному не перетинається, що надає можливість зайняти монопольну позицію щодо виробництва певних марок кабельної продукції. За даними антимонопольного комітету України, «Південькабель» – єдиний виробник високовольтного кабелю (60 % сегменту), ВАТ «Одескабель» є монополістом на ринку СНД з виготовлення деяких видів телефонного кабелю, оптиковолоконного кабелю модульної конструкції, з центральною трубкою, LAN-кабелів, ТОВ «Азовська кабельна компанія» – з виробництва сучасних судових та морських кабелів, ВАТ «Донбаскабель» – шахтного кабелю. Кожне підприємство займає власну нішу на ринку, конкуруючи переважно з імпортерами.

Подібна ситуація свідчить про те, що для оцінювання підприємств кабельної галузі як цілісних комплексів неможна використовувати методики ринкових порівнянь, оскільки її специфіка позбавляє можливості знайти відповідні аналогові підприємства порівняльної групи як за параметром розміру, так і за параметром асортименту та місцезнаходження; робить значною ймовірність похибки у розрахунку премій або знижок в разі порівняння з цінами недавніх продажів схожих підприємств.

Таким чином, з наявних видів методик оцінювання підприємств залишається напрям визначення субстанційної вартості, застосування якого обмежене, по-перше, відсутністю ефективного вторинного ринку реалізації обладнання та інших активів (наприклад, технологічних процесів) кабельної галузі, який дав би змогу встановити їх справедливую вартість, по-друге, відсутністю розшифровки відповідної інформації у формах звітності підприємств та віднесення її до комерційної таємниці, що не є типовим для країн з розвинутою економікою.

За результатами проведеного аналізу кабельної галузі промисловості та методичного забезпечення, запропонованого у стандартах оцінювання 1-4, ми дійшли висновку про необхідність розробки альтернативної методики оцінки підприємств як цілісних майнових комплексів, чому присвячено наступний етап досліджень.

Ми наводимо результати аналізу кабельної промисловості та її основних представників, отримані з використанням системи показників, розробленої для оцінювання інвестиційної привабливості.

У підприємств репрезентативної групи протягом 2000-2010 рр. спостерігаються тенденції до поступового зростання в структурі активів долі необоротного капіталу (табл. 3.2.1). Провідні підприємства галузі – Одескабель, Донбаскабель, Південькабель, Азовкабель – станом на 2010 рік розподіляють майно у пропорції 60:40 на користь необоротних активів. До подібної структури також тяжіють Преттль Кабель Україна, Агрокабель Інформаційно-маркетингова служба з переважанням частки основних засобів. Означені підприємства практикують агресивну політику фінансування оборотних активів, що збільшує їх відносну прибутковість і ризиковість капіталу. Решта підприємств відрізняється високою питомою вагою оборотних

активів в структурі майна. Максимальних значень цей показник сягає на Бердянському кабельному заводі – 97 %, Чернігівкабелі – 89 %, Промбудкабелі – 83 %, Елтізі – 75 %. При інших рівних умовах чим більше співвідношення між оборотними і необоротними активами, тим вище ліквідність підприємства і нижче ризик неплатоспроможності. Для підприємств з подібною структурою майна характерне ведення виробничої діяльності на орендованих потужностях та високі інші операційні витрати. Таким чином, вони не вкладають коштів у реконструкцію та модернізацію обладнання, отже не сприяють процесу оновлення основних фондів галузі безпосередньо.

Основних виробників за коефіцієнтом зносу на період 2008-2010 рр. можна згрупувати наступним чином:

від 0 до 33 %	Азовкабель, Чернігівкабель
від 34 до 50 %	Агрокабель, Еней-Електрокабель
від 51 до 67 %	Бердянський кабельний завод, Південькабель, Елтіз,
від 68 до 83 %	Інформаційно-маркетингова служба, Промбудкабель, Преттль Кабель Україна
понад 83 %	Донбаскабель, Одескабель

Тобто, технічний стан основних засобів в цілому погіршився в наслідок зростання зношеності виробничих потужностей.

Попри активне впровадження новітнього обладнання лідерами галузі коефіцієнти зносу на цих підприємствах сягають найвищих значень. У 2010 р. Одескабель звітував про 90 % зношеності фондів (для порівняння: в 2003 – 50 %), Донбаскабель – 83 % (в 2002 – 59,5 %). Преттль Кабель Україна, відкритий в 2002 на базі Кам'янець-Подільського кабельного заводу, в 2007 р. показав знос 73,5 % основного капіталу, після чого в 2008 р. відбулося серйозне оновлення і коефіцієнт скоротився до 57,6 %. В 2010 він становив вже 68 %. Ми гадаємо, що ця тенденція викликана в першу чергу політикою прискореної амортизації капітальних вкладень, яку практикують зазначені підприємства з метою самофінансування, а не морально і фізично застарілими основними фондами. Поступове збільшення зношеності основних фондів кабельного виробництва спричинене низькими темпами оновлення (табл. 3.2.3). Тому при використанні методик субстанційної вартості слід робити значні поправки на вартість обладнання за ринковими цінами на дату оцінювання.

Підприємства з незначною часткою необоротних активів звітують про знос на рівні від 40 до 70 %. Однак це стосується не виробничих потужностей, а офісного обладнання. Ми вважаємо недоцільним обчислення середньогалузевого показника зносу, оскільки наведені дані враховують кількісну характеристику, зазначену в балансі, яка залежить від облікової політики, проте не висвітлює якісних розбіжностей у складі фондів, за якими обраховано знос, їх дійсному фізичному і моральному зносу.

Через брак інформації ми можемо винести судження щодо складу і структури основних засобів тільки за трьома підприємствами наведеними у табл.3. Те саме стосується коефіцієнтів вибуття та оновлення, які роблять більш аргументованими відомості щодо технічного стану і темпів технологічного переозброєння кабельної галузі України. Спостерігається

однозначна тенденція до зростання активної частини фондів у загальній їх структурі. Так у ВАТ «Одескабель» вона збільшилась з 55,76 % в 2000 р. до 95,87 % у 2010, що свідчить про вдосконалення структури основного капіталу з метою більш ефективного його використання. У ВАТ «Донбаскабель» в 2002 р. 59,47% припадало на машини, обладнання, інструменти і транспортні засоби, в 2003 показник стрімко збільшився до 81,64 % та тримається близько цієї позначки дотепер. У ЗАТ «Азовкабель» питома вага активної частини засобів у загальній вартості основних виробничих фондів майже стабільна і коливається в інтервалі 75-80 % за досліджуваний період.

В цілому підприємства кабельної галузі демонструють високу питому вагу власного капіталу, як видно з таблиці 4. Вони мають в розпорядженні значні запаси коштів, які можна інвестувати на довгостроковій основі у вдосконалення технологічного обладнання без ризику для платоспроможності. Для інвестора це означатиме, що вкладення коштів носить відносно малий ризик їх втрати, оскільки капітал не обтяжений зобов'язаннями перед кредиторами.

Несприятливі умови господарювання, коливання цін на сировину і активність основних клієнтів виробників кабелю негативно вплинули на їх структуру капіталу. За період 2001-2010 доля власних джерел активів зменшувалась на 9 з 12 розглянутих суб'єктів господарювання та в 2010 досягла свого мінімального значення. При цьому в межах стабільності (вище 50 %) скорочення відбувалось на ЗАТ «Азовкабель» та на невеликих підприємствах. Суттєве погіршення незалежності від зовнішніх джерел фінансування демонструє ВАТ «Одескабель», де коефіцієнт автономії коливався від 64,57 % в 2001 р. до 35,57 % в 2009. В 2010 р. ситуація змінилась на краще, але не суттєво – 38,57 %. Те саме характерно для ЗАТ «Південькабель»: 91,4 % в 2001, 32,5 % в 2010.

Катастрофічного скорочення зазнав власний капітал у відносному виразі на Донбаскабелі, на ЗАТ «Елтіз» та ЗАТ «Промбудкабель» внаслідок перманентно від'ємних фінансових результатів діяльності. В кожній гривні пасивів станом на 2010 р. підприємства відповідно володіли 8,87, 0,5 та 3,7 копійками коштів. ВАТ «Донбаскабель» в 2007 стало частиною російського холдингу ВАТ «Севкабель», того року коефіцієнт автономії досяг свого максимуму – 50,04 %. Проте реструктуризаційні заходи не дали позитивних результатів і в 2010 холдинг позбувся більшої частини акцій підприємства на користь російських ТОВ «РМ-Логістик», ЗАТ «Анекс-Фінанс», ТОВ «Мерідіан», ТОВ «Невська управляюча компанія». В разі ЗАТ «Елтіз» та ЗАТ «Промбудкабель» можна зробити висновок, що підприємства в значній мірі ризикують стати об'єктами поглинання або банкрутами, оскільки за умови збереження таких тенденцій вони не мають запасу фінансової стійкості.

Тенденцію галузі до зменшення коефіцієнту автономії не можна трактувати однозначно як негативну. Для остаточних висновків її слід вивчити докладніше щодо кожного конкретного підприємства. Для акціонерних товариств «Південькабель», «Азовкабель» та «Одескабель» вона свідчить про вдосконалення структури капіталу і зміну її в бік оптимального

співвідношення власних і залучених коштів. Використання запозичених ресурсів для розширення масштабів діяльності дає змогу підвищити рентабельність власного капіталу за рахунок дії фінансового важеля та оптимізації оподаткування прибутку. Наявність кредиторської заборгованості дозволяє в певних межах протидіяти інфляції.

Подібного не можна стверджувати по відношенню до ТОВ «Агрокабель», ЗАТ «Промбудкабель», ТОВ «Преттль Кабель Україна», Інформаційно-маркетингову службу, які за весь аналізований період показують зростаючі обсяги непокритого збитку, хоча розміри їх власного капіталу можуть знаходитись в межах допустимого значення коефіцієнту автономії або навіть значно їх перевищувати за рахунок резервного та іншого додаткового капіталу. В такому разі відбувається загрозливе «проїдання» капіталу, що можуть дозволити собі тільки дочірні підприємства потужних концернів, що в такий спосіб вийшли на український ринок і утримують його контроль в певному сегменті.

Винятком із загальної тенденції виступає ЗАТ «Еней-Електрокабель», питома вага власного капіталу якого з 6,56 % в 2001 р. збільшилась до 80,6 % в 2010. Максимального значення автономія підприємства від зовнішніх джерел фінансування досягла в 2006 р. і склала 84,54 %. Таке зростання в повній мірі відбулося за рахунок нерозподіленого прибутку, який кожного року, починаючи з 2003, збільшувався майже вдвічі. Також стабільно прибутковим був ВАТ «Чернігівкабель», в складі пасивів якого переважає власний капітал. Протягом 2002-2010 рр. його питома вага знизилась з 91,96 % до 74,11 % в 2005 р., а потім демонструвала чітку тенденцію до зростання. Станом на 2010 р. 97,5 % джерел активів належали підприємству.

Підводячи підсумки, можна узагальнити:

- Невеликі за обсягами виробники кабелю, як правило, мають стабільну структуру пасивів: вони на 60 % та більше складаються з власних коштів;
- Значні за обсягами підприємства залучають позичковий капітал у великих масштабах, що робить менш привабливими значення їх коефіцієнтів автономії.
- Подібні явища, на нашу думку, викликані, в першу чергу, жорсткими умовами кредитування в Україні та небажанням банків давати позики суб'єктам малого і середнього бізнесу з високим ризиком діяльності. Ми вбачаємо в цьому основне гальмо технічного переозброєння кабельної галузі промисловості.

Здійснивши аналіз абсолютних показників фінансової стійкості, які враховують співвідношення обсягів запасів підприємства та його власних оборотних коштів, функціонуючого капіталу і загальних джерел фінансування, ми не побачили загальної тенденції, властивої всім виробникам галузі.

Характерною особливістю переважної більшості підприємств є значні обсяги оборотних коштів, вкладені у запаси. Передусім це запаси сировини і матеріалів, необхідних для виробництва продукції, які в основному складаються з катанки кольорових металів. Такі вкладення викликані

об'єктивними причинами: ціни на мідь і алюміній стрімко зростають, тому запаси зроблені за нижчими цінами, дозволяють, по-перше, уникнути знецінення грошових коштів, по-друге, певний час утриматись від збільшення собівартості готової продукції, що є конкурентною перевагою, суттєвою для споживачів. Крім виробничих запасів оборотний капітал в значній мірі заморожений у готовій продукції, яка чекає на збут внаслідок погіршення інвестиційного клімату та призупинення проектів основними споживачами кабельної продукції. Це основні причини кризового типу фінансової стійкості, який полягає в недостатності власних оборотних коштів, довго- і короткострокових кредитів банків для фінансування запасів, притаманного половині представників галузі в 2010 році. Таке загрозливе явище властиве лідерам кабельної промисловості, в той час як дрібні підприємства показують абсолютний тип фінансової стійкості. На наш погляд, для кабельної галузі цей критерій оцінки не дає істотної інформації для прийняття рішень.

Детальніше про якість власного капіталу на наявність ВОК для забезпечення оборотних активів свідчить коефіцієнт маневреності. Він висвітлює проблемні аспекти, що залишились поза увагою при розгляді структури капіталу. На всіх підприємствах, крім Бердянського кабельного заводу, Еней-Електрокабель та ВАТ «Чернігівкабель» наявна тенденція до його зменшення, а в деяких випадках – переходу в зону від'ємних значень (половина підприємств в кінці періоду). При цьому значення коефіцієнту набагато нижче рекомендованого (50 %). За аналізований час більшість підприємств галузі фінансували свої активи таким чином, що їх не можна охарактеризувати як стійкі. Це стосується і підприємств з великою питомою вагою власного капіталу. Так, в 2008 р. ТОВ «Агрокабель» використовувало для оборотних коштів 6,87 % власного капіталу, який займав 95,12 % загальних джерел активів; ЗАТ «Азовкабель» - 6,97 % (73,8 %), Інформаційно-маркетингова служба – 16,9 % (81,6 %), Преттль Кабель Україна – 11,6 % (90,5 %).

До підприємств, власного капіталу яких не вистачає для фінансування необоротних активів, за результатами аналізу належать ВАТ «Донбаскабель», ЗАТ «Південькабель», ЗАТ «Елтіз», ВАТ «Одескабель», ЗАТ «Промбудкабель». Від'ємні значення коефіцієнту маневреності у всіх припадають на 2008 – 2010 рр.

Питома вага ВОК у складі оборотних активів підприємств за період 2001-2010 теж репрезентує схильність до скорочення. Ця тенденція спостерігається на трьох чвертях підприємств досліджуваної групи. Виняток становлять чернігівські виробники кабелю: Енею у 2002 р. бракувало власних коштів для фінансування оборотних активів, в 2005 коефіцієнт перейшов до зони додатних значень; одразу потрапив до нормативного інтервалу і склав 23,67 %. Станом на 2010 р. 90,7 % оборотного капіталу підприємства належало до власних ресурсів. ВАТ «Чернігівкабель» значно перевищує норматив коефіцієнту забезпеченості навіть в 2004-2005 рр, коли його значення скоротились на 15 п. п. та становили близько 65 % оборотного капіталу. Починаючи з 2008 р. воно перевищує позначку 90 %, що позитивно

характеризує підприємство. Слід зазначити, що в порівнянні з підприємствами масштабів ВАТ «Одескабель» обсяги оборотних активів «Чернігівкабелю» менше майже в 85 разів, тому менеджменту значно легше здійснювати управління структурою капіталу та активів.

Для української кабельної промисловості характерна відносно висока питома вага дебіторської заборгованості та запасів в структурі оборотного капіталу. Це обумовлено широкою практикою комерційного кредитування клієнтів в процесі збуту продукції та постійним зростанням цін на основні матеріали. Грошові кошти як активи, що не приносять доходу, проте формують страховий запас для покриття тимчасової незбалансованості грошових потоків в разі спаду обсягів реалізації, більшість підприємств тримають на мінімальному рівні. Таким чином, ми спостерігаємо пріоритет ефективного і прибуткового використання активів перед підтриманням достатньої ліквідності.

Аналіз коефіцієнтів ліквідності має певні обмеження. Вони дають статичне уявлення про наявність ресурсів для покриття зобов'язань. Проте ліквідність, в першу чергу, залежить від майбутніх грошових потоків, і тільки частково від залишків грошових коштів та інших активів. Крім того, ці коефіцієнти найкраще підходять для характеристики майнового стану в разі ліквідації підприємства, оскільки не враховують постійного плину дебіторської та кредиторської заборгованості. Ці обмеження можуть бути подолані шляхом вивчення часу обороту дебіторської заборгованості, запасів та оборотних активів в цілому, їх якості; дослідження характеру поточної заборгованості і строків її погашення; засобами трендового аналізу довшого періоду часу.

Вивчення коефіцієнту абсолютної ліквідності за виробниками галузі в період з 2001 по 2010 рр. свідчить про зниження значень цього показника майже для всіх підприємств у 2007-2008 роках, які не покращились протягом останніх років. Потужні виробники галузі демонструють низьку спроможність погасити поточні зобов'язання грошовими коштами. Це пояснюється посиленням інфляційних процесів у 2008 р. та небажанням тримати в складі активів значну частину високоліквідних коштів, які знецінюються в першу чергу. У всіх підприємств, які показують високі значення абсолютної ліквідності, це досягається за рахунок незначних розмірів кредиторської заборгованості. Переважна більшість таких підприємств – дрібні виробники кабелю.

За коефіцієнтом проміжної ліквідності ситуація менш драматична, хоча і він має тенденцію до зменшення. Рекомендоване значення 1 виконується більшістю підприємств із запасом. Проте для остаточних висновків не вистачає інформації щодо якості, строків та ймовірності погашення дебіторської заборгованості. Довший час не належать нормативному інтервалу значення поточної ліквідності таких підприємств як Промбудкабель (в 2010 – 0,2093), Елтіз (в 2010 – 0,2104), Одескабель (в 2010 – 0,4687), Південькабель (в 2010 – 0,3362).

Тренд коефіцієнту загальної ліквідності повторює тенденції, розглянуті вище щодо поточної ліквідності.

Узагальнюючи аналіз трендів коефіцієнтів ліквідності, можна віднести виробників кабелю за цим параметром до однієї з трьох груп:

- З низькою ліквідністю: Промбудкабель, Елтіз, Південькабель, Одескабель, Агрокабель;
- З середнім рівнем ліквідності: Інформаційно-маркетингова служба, Донбаскабель, Бердянський кабельний завод;
- З високою ліквідністю: Азовкабель, Еней-Електрокабель, Чернігівкабель, Преттль Кабель Україна.

Аналіз строків погашення дебіторами їх заборгованості показав, що для виробників кабелю не існує однозначної тенденції щодо їх зниження. На 7 з 12 підприємств в 2010 р. дебітори розраховуються повільніше, ніж в 2001 р. Протягом 2002-2010 рр. терміни оплати в днях коливались в широкому діапазоні. За результатами трендів ми об'єднали їх в чотири групи:

- 0 – 90: Агрокабель, Промбудкабель;
- 91 – 180: Бердянський кабельний завод, Південькабель, Еней-Електрокабель, Елтіз, Преттль Кабель Україна;
- 181 – 365: Азовкабель, Донбаскабель, Одескабель,;
- понад 365: Інформаційно-маркетингова служба, Чернігівкабель,.

Таким чином, політика взаємин з покупцями і замовниками на різних підприємствах, так само як і розрахункова дисципліна, суттєво відрізняються. Розрахунки в строк, передбачений законодавством України (до 90 днів) зазвичай здійснюються тільки на третині досліджуваних підприємств. Найвигідніші умови комерційного кредиту пропонують представники третьої та четвертої груп. Це стратегія збуту, що забезпечує довгострокові вигоди від співробітництва, а не отримання коштів у короткому періоді. Проте зворотною стороною є обмежена ліквідність та значні обсяги фінансових ресурсів, необхідних в господарському обороті. Термін кредитування понад рік, на нашу думку, викликаний недостатньо ефективними діями керівництва щодо його стягнення та фінансовими труднощами у покупців, які погано впливають на надійність і якість дебіторської заборгованості.

Доповнює інформацію щодо строків трансформації оборотних активів у грошові кошти термін оборотності запасів, який передусім залежить від тривалості операційного циклу. Кабельна промисловість не належить до таких, які вимагають тривалого зберігання запасів або довгого за часом технологічного процесу, проте внаслідок причин, окреслених вище, строки обороту запасів доволі довгі (від 6 до 12 місяців). Це викликано не технологічною необхідністю, а недостатньою ефективністю логістичних і збутових систем, що є резервом мобілізації фінансових ресурсів з господарчого обороту. Для посилення наочності ми згрупували аналізовані підприємства по аналогії з термінами погашення заборгованості дебіторами:

- 0 – 90: Бердянський кабельний завод, Преттль Кабель Україна;
- 91 – 180: Еней-Електрокабель, Південькабель;
- 181 – 365: Донбаскабель, Елтіз, Одескабель, Промбудкабель;

понад 365: Азовкабель, Агрокабель, Інформаційно-маркетингова служба, Чернігівкабель.

Остаточне судження щодо здатності підприємства своєчасно виконувати свої термінові зобов'язання оборотними коштами можна винести із порівняння строків погашення дебіторської і кредиторської заборгованості. Так з'ясовують, наскільки збалансовані у часі вхідні і вихідні грошові потоки та ефективно управління ними здійснює фінансовий менеджер підприємства.

За розрахунковою дисципліною у кабельній галузі ситуація наступна:

0 – 90: Азовкабель, Еней-Електрокабель;

91 – 180: Преттль Кабель Україна;

181 – 365: Агрокабель, Бердянський кабельний завод, Донбаскабель, Одескабель, Південькабель, Промбудкабель, Чернігівкабель;

понад 365: Елтіз, Інформаційно-маркетингова служба.

Таким чином, крім Азовкабеля і Еней-Електрокабеля, всі представники кабельного виробництва широко користуються фінансуванням за рахунок комерційного кредиту і не поспішають з виплатами. Подібна політика пасивного сальдо за розрахунками, з одного боку, є ефективним фінансовим менеджментом. З іншого боку, вона небезпечна для платоспроможності та обумовлює виникнення витрат на сплату штрафів, які виступають платою за тривале фінансування.

Детальний постатейний аналіз поточних зобов'язань дозволяє зробити висновок, що в основному вони складаються з кредиторської заборгованості постачальникам та заборгованості за розрахунками з бюджетом, за страхуванням. Обсяги за отриманими авансами, як правило, незначні, отже продаж з передплатою не є переважаючим способом реалізації кабельно-провідникової продукції її виробниками на відміну від оптових і роздрібних продавців. До банків по короткострокові кредити звернулись в 2010 році 4 з 12 підприємств.

Протягом 2001-2010 рр. спостерігаються значні відмінності у політиці управління фінансами різних підприємств галузі. Немає однозначного напрямку тренду, розрив між термінами погашення кредиторської та дебіторської заборгованості коливається у широкому діапазоні.

У ВАТ Одескабель, ЗАТ Південькабель і Промбудкабель за весь досліджуваний час розрахунки з кредиторами відбувались повільніше, ніж інкасація дебіторської заборгованості. При цьому лаг між датами розрахунків у всіх випадках перевищує два місяці. Випередження виплат дебіторів над погашенням заборгованості перед постачальниками стосується ТОВ Агрокабель (з 2003) та ЗАТ Елтіз (з 2005). Це свідчить про слабку розрахункову дисципліну, яка, з одного боку, загрожує штрафами і пенями, а з іншого, підприємства вміло залучають кошти комерційного кредиту для покриття своїх поточних фінансових потреб. Це компенсує недостатньо високу ліквідність, виявлену в ході коефіцієнтного аналізу.

Щодо ВАТ Донбаскабель, Еней-Електрокабель, Інформаційно-маркетингової служби, Преттль Кабелью Україна, ВАТ Чернігівкабель ситуація протилежна: підприємства погашають свою заборгованість швидше, ніж

отримують гроші від дебіторів, що є причиною додаткової потреби в ресурсах для поповнення оборотних коштів. Це негативно впливає на спроможність вчасно сплачувати зобов'язання, хоча аналіз коефіцієнтів переконує в їх високій або середній ліквідності.

Якщо сконцентрувати увагу на співвідношенні кредиторської і дебіторської заборгованості за товарами, роботами та послугами як основних монетарних статтях, за якими можливі вхідний та вихідний рух грошових коштів, можна дійти висновку, що на більшості підприємств галузі (7 з 12), попри відмінності у вихідних умовах наявна тенденція до його зростання. Характерною рисою поведінки цього співвідношення є його схильність до коливань.

Як свідчить тренд коефіцієнту оборотності активів, кабельна промисловість належить до галузей з середнім темпом обертання капіталу. На більшості підприємств за рік капітал робить близько чверті-третини обороту, що означає досить низьку норму прибутку, але не обов'язково його масу. Це спричиняє специфіка виробничих фондів та схильність виробників до порівняно великих запасів сировини і матеріалів, а також необмеженість термінів придатності готової продукції, яка сприяє значному її накопиченню на складах під час низхідної фази економічного циклу, що має місце в даний момент.

Високу оборотність активів демонструють Бердянський кабельний завод і Промбудкабель (понад 1 оборот на рік), Еней-Електрокабель і Південькабель (понад півоборота на рік). Ці виробники неоднорідні за своїми масштабами. Якщо три перших підприємства відносно малі за обсягами, в складі їх активів переважають оборотні, то ЗАТ Південькабель належить до провідних підприємств галузі з нормальною для неї структурою майна.

Стосовно оборотності активів спостерігаються її коливання протягом 2001-2010. Втім, значення коефіцієнта не показує односпрямованої тенденції. Для невеликих представників галузі у порівнянні з початком періоду до 2010 року відбулося зростання оборотності активів. Для потужних підприємств співвідношення обсягу продаж і вартості майна погіршилось. Основні причини: скорочення попиту на КПП у замовників і значне зростання валюти балансу, яке теж призвело до уповільнення оборотності активів. Таким чином, чистий дохід збільшується у лідерів галузі меншими темпами, ніж вартість майна в їх розпорядженні. Ми розцінюємо це як побудову виробничого потенціалу на майбутні періоди, який проявиться у висхідну фазу економічного циклу.

Вивчення значень коефіцієнту оборотності оборотних активів галузі дозволяє зробити висновок, що не існує чіткої та односпрямованої тенденції їх зміни в 2001-2010 роках. На всіх підприємствах він показував схильність до коливань.

У ВАТ «Одескабель» та ЗАТ «Азовкабель» в 2010 році управління оборотним капіталом досягло максимальної ефективності. Ці підприємства найбільш раціонально розпоряджаються наявними в обороті фінансовими ресурсами, чим компенсують недостатню ліквідність. Те саме характерне для

ВАТ «Донбаскабель» та ЗАТ «Південькабель». Для розмірів ЗАТ «Промбудкабель» та Інформаційно-маркетингової служби оборотність надто низька та скорочується, що погіршує без того погану здібність підприємств перетворювати свої активи на грошові кошти.

Докладніше це питання можна проаналізувати за допомогою оборотності готової продукції, оскільки брак ліквідності в першу чергу слід усувати за рахунок запасів продукції зі складів підприємства. Внаслідок розбіжностей методичного характеру Бердянський кабельний завод, Преттль Кабель Україна, Промбудкабель не користуються рядком 130 в балансі, тому ми не можемо сформулювати судження щодо зміни цього показника. Основним фактором, що уповільнює оборотність оборотних активів кабельної промисловості, виступає не продукція, а кошти в розрахунках та матеріали. Аналіз коефіцієнту оборотності готової продукції свідчить про високий попит на неї та її значну ліквідність. За цим критерієм ми згрупували підприємства галузі:

- Висока оборотність: Одескабель, Південькабель, Азовкабель, Еней-Електрокабель, Чернігівкабель;
- Середня оборотність: Донбаскабель, Елтіз,
- Низька оборотність: Агрокабель, Інформаційно-маркетингова служба.

Загальною тенденцією виступає прискорення обороту КПП, що позитивно характеризує галузь при інших рівних умовах. Так у лідерів за період 2001-2010 продукція робила від 4 до 8 оборотів на рік, у підприємств середньої ланки – 2-4 обороти. Отже, показник оборотності готової продукції непрямо підтверджує розстановку сил на ринку кабелю.

Оборотність власного капіталу протягом 2001-2010 на 8 підприємствах з 12 має тенденцію до зростання. Половина представників галузі в 2010 році досягли її максимального значення. Це прискорення в першу чергу викликане скороченням власного капіталу в абсолютному та відносному вимірі в наслідок збитковості підприємств кабельної галузі в 2008-2010 рр. У більшості виробників кабелю власні джерела фінансування вистигають зробити менше 1 обороту на рік.

Як видно з порівняння значень коефіцієнтів оборотності власного та вкладеного капіталу, для переважної більшості підприємств вони співпадають, тому що представники галузі мало користуються довгостроковими джерелами фінансування та не формують забезпечень майбутніх виплат і платежів. Тенденція до зростання швидкості обороту не така виражена: вона спостерігається на 5 підприємствах галузі. Три підприємства попри коливання оборотності вкладеного капіталу протягом аналізованого періоду не зазнали його суттєвих змін: Азовкабель, Одескабель, Преттль Кабель Україна. Уповільнення оборотності властиве Бердянському кабельному заводу, Донбаскабелю, Еней-Електрокабель та Чернігівкабелю. В ході докладнішого факторного аналізу з'ясовано, що основною причиною негативних явищ виступає скорочення чистого доходу в наслідок зменшення споживання кабелю протягом останніх років. Для ВАТ Донбаскабель характерна також дія

другого фактора – розширення фінансових джерел за рахунок довгострокових кредитів.

За даними аналізу рентабельності власного капіталу можна дійти висновку, що виробники кабельної галузі сильно постраждали від фінансової кризи. В 2008-2010 збитковість властива 11 із 12 підприємств. У більшості з них в 2010 р. спостерігається тенденція до зниження збитків. ВАТ Одескабель, ЗАТ Південькабель, Еней-Електрокабель та ВАТ Чернігівкабель перейшли в цьому році із зони збитків до зони прибутків. Не дуже вплинуло скорочення попиту на Бердянський кабельний завод, який протягом всього аналізованого періоду приносив власникам додатній результат діяльності, що скоротився наприкінці десятиріччя. Збитковими протягом 2001-2010 були ТОВ Агрокабель, ЗАТ Елтіз, Інформаційно-маркетингова служба, ТОВ Преттль Кабель Україна, при чому Елтіз демонстрував тенденцію до зростання від'ємного фінансового результату, а решта – до його скорочення.

Ми не виявили односпрямованої тенденції для коефіцієнтів рентабельності власного капіталу всіх підприємств галузі. У половини представників кабельної промисловості коливання рентабельності призвели до його покращення в кінці періоду, що вивчається. Це стосується передусім дрібних і середніх виробників, справи яких на початку десятиріччя були гірші, ніж в кінці. Проте цього оптимізму бракує великим підприємствам: рентабельність власного капіталу Азовкабеля, Донбаскабеля, Одескабеля, Південькабеля скорочувалась, що свідчить про те, що вони гірше пристосовуються до змін у зовнішньому економічному середовищі. В роки нестабільності попиту ми спостерігаємо зворотній ефект масштабу, який не дозволяє великим підприємствам достатньо швидко маневрувати власними коштами. На нашу думку, це зміниться, коли економіка України увійде до фази підйому. В середньому за прибутковими підприємствами галузі кожна гривня власного капіталу за рік генерує 2-3 копійки чистого прибутку. Таким чином, виробництво кабелю не належить до високодохідних видів діяльності. Вище середніх лежать значення рентабельності Еней-Електрокабель, Бердянського кабельного заводу.

Тенденції рентабельності активів повторюють сценарій рентабельності власного капіталу, проте з дещо нижчими значеннями коефіцієнтів. В середньому кожна гривня капіталу приносить за рік 1,5-2 коп. чистого прибутку.

Подальший аналіз складових чистого прибутку свідчить, що в 2001-2010 рр. за деякими виключеннями основна операційна діяльність всіх підприємств галузі була прибутковою. Виключеннями є Елтіз та Промбудкабель в період з 2007 по 2010, Донбаскабель (2003, 2004, 2009) та Інформаційно-маркетингова служба. Якщо абстрагуватись від фінансової та інвестиційної діяльності, виробництво кабелю приносить прибуток, який за аналізований період скорочувався у двох третин представників кабельної промисловості. На початку періоду значення коефіцієнту рентабельності продукції у більшості підприємств досить високі. Невеликі за масштабами підприємства на початку десятиріччя за рентабельністю продукції випереджали лідерів галузі в 2-3 рази.

Слід зауважити, що за масою їх прибутки набагато нижче, хоча добре виглядають у відносних величинах. Тому скорочення цього коефіцієнту відповідає ринковим тенденціям до пониження прибутку і є основною причиною скорочення кількості виробників у галузі.

Низька дохідність виробництва кабелю відбивається в коефіцієнті рентабельності підприємства, який повторює в загальних рисах поведінку рентабельності власного капіталу, оскільки теж спирається на чистий фінансовий результат. У складі доходу від продажу продукції фінансовий результат після оподаткування становить незначну частину, яка протягом десятиріччя схильна до скорочення. Порівняння ми проводимо за додатними значеннями коефіцієнту. Чистий прибуток коливається від 1 до 6 % чистого доходу в середньому.

Співвідношення чистого збитку та чистого доходу змінювалось в широкому діапазоні. Для тих підприємств, збитковість яких обумовлена несприятливою кон'юнктурою останніх років (Азовкабель, Еней-Електрокабель, Одескабель, Південькабель) та є тимчасовим явищем, збитки становлять не більше 1-2 % доходу від продажу продукції підприємства. Звичайно, від'ємну рентабельність слід враховувати при прогнозуванні майбутніх фінансових результатів, проте вона не буде визначним фактором для вартості підприємства. Хронічно збиткові виробники кабелю неоднорідні за аналізованим параметром.

Протягом 2001-2010 рр. представники кабельної промисловості не вели надзвичайної діяльності. Тому дослідження питомої ваги чистого прибутку в фінансовому результаті до оподаткування представляє собою високу практичну цінність з точки зору аналізу податкового тягаря, який несуть підприємства галузі щодо податку на прибуток. В наслідок розбіжностей у податковому та фінансовому обліку це співвідношення далеко не завжди становить 0,75. Інформативність показника щодо знаку обмежена, оскільки додатне його значення може бути результатом порівняння як двох додатних фінансових результатів, так і двох від'ємних.

Питома вага чистого фінансового результату в результаті до оподаткування в багатьох випадках дорівнює 1, тобто вони не сплачували податок на прибуток. Детальний аналіз встановив, що причиною цього є збитки від звичайної діяльності, які співпали з перевищенням валових витрат над валовими доходами податкового обліку. Недосконалий податковий менеджмент проявляється у від'ємних коефіцієнтах (результат до оподаткування додатній, а після сплати податку він переходить до зони збитків) або коли співвідношення чистого прибутку і результату звичайної діяльності менше 0,75 (база оподаткування перевищує облікові результати діяльності). Перший випадок наявний у ТОВ Агрокабель в 2009-2010, ВАТ Донбаскабель в 2001. Розповсюдження другого значно ширше: Одескабель протягом 2001-2007рр., Чернігівкабель у 2002-2005 та в 2007 та інші. До підприємств із вдалим управлінням податком на прибуток можна віднести ЗАТ Південькабель, ВАТ Одескабель з 2008 та Бердянський кабельний завод.

Таким чином, чистий фінансовий результат в більшості випадків підлягає викривленню оподаткування. В подальшому для елімінування його наслідків ми будемо користуватись фінансовим результатом від звичайної діяльності.

Підводячи підсумки детального аналізу галузі з метою прогнозування та визначення вартості підприємств, можна зауважити наступне. Аналіз виробників кабельно-провідникової продукції як галузевої сукупності, що передбачає їх порівняння та ранжування за значеннями розрахованих показників, підлягає впливу певних обмежень.

По-перше, досліджувані підприємства неоднорідні за масштабами діяльності та позицією на ринку, тому їх зіставлення можливе тільки за відносними величинами.

По-друге, існують розбіжності в методиці обчислення показників у звітності, оскільки певна їх частина зареєстрована як суб'єкти малого бізнесу. На жаль, спрощена система звітності негативно впливає на аналітичність наведеної в ній інформації.

По-третє, мають місце суттєві відмінності у асортименті продукції, а відтак – у колі кінцевих споживачів. Тому вихідні умови збуту, фактори, які визначають попит на продукцію і прибутковість, неоднакові для всіх підприємств репрезентативної групи.

По-четверте, проблемним моментом у досягненні порівнянності даних виступає участь у капіталі деяких підприємств іноземного капіталу або їх приналежність до великих зарубіжних холдингів. Ці та деякі інші причини надають результатам порівнянь певної долі умовності та роблять неможливим обчислення середньогалузевих показників, що спростили б оцінювання їх позицій відносно конкурентів.

1.4. Розробка багатоваріантної стратегії управління витратами підприємств.

Фінансові результати діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, його конкурентоспроможність за умов нестабільного ринкового середовища значною мірою залежить від ефективності системи та методів управління витратами. Дані про види, обсяги і поведінку витрат необхідні для обґрунтованого прийняття більшості фінансових і управлінських рішень, зокрема, щодо оцінювання чинників рентабельності, формування портфеля замовлень та інвестиційного портфеля, планування напрямків і обсягів діяльності, ціноутворення, управління обмеженими запасами тощо.

Негативні фінансові результати діяльності суб'єктів господарювання є наслідком не тільки ряду об'єктивних зовнішніх економічних чинників, пов'язаних зі структурною перебудовою економіки, реструктуризацією, зміною виробничих і кооперативних зв'язків та форм власності тощо. Зростання витрат, зниження рентабельності виробництва зумовлені також прорахунками в управлінні підприємствами, відсутністю чітко визначеної

стратегії розвитку, нестачею необхідної управлінської інформації у нестабільному ринковому середовищі.

Витрати були і залишаються важливою економічною категорією, яка характеризує ефективність використання ресурсів і визначає рентабельність діяльності суб'єктів господарювання.

Управління витратами досліджували ряд зарубіжних і вітчизняних вчених, зокрема, І.О.Бланк, С.Ф.Голов, К.Друрі, Д.Дойл, О.М.Данілюк, С.А. Котляров, Р.Каплан, Р.Купер, Л.В.Нападовська, В.М. Панасюк, Г.Фандель, А.В.Череп, Дж.Шанк, В. Говіндараджан. Фахівцями розроблені окремі аспекти обліку, калькулювання, аналізу, нормування і планування витрат. Однак сьогодні в економічній літературі не існує однозначності в трактуванні сутності управління витратами чи собівартістю продукції, його основних завдань та методів.

За умов загострення конкуренції, підвищення глобалізації економіки, високого рівня непередбачуваності впливу чинників на стан підприємницького середовища, існує потреба обґрунтування концептуальних засад формування ефективної системи управління витратами підприємства, як однієї з найважливіших складових системи управління господарською діяльністю, зорієнтованої на забезпечення їхньої конкурентоспроможності та сталого економічного розвитку на ринку. Проблема підвищення ефективності управління витратами набула особливої актуальності для вітчизняних суб'єктів господарювання у зв'язку зі вступом України у СОТ.

Загалом можна виділити такі основні підходи фахівців до трактування сутності управління витратами підприємства:

- функціональний, згідно з яким управління витратами має здійснюватися на основі застосування основних функцій менеджменту [20, 43, 44];
- процесно - об'єктний підхід, який ґрунтується на диференціації цільових носіїв витрат, оптимізації операцій та бізнес-процесів [45, 46].

Сьогодні система управління витратами має забезпечувати формування стійкої і довгострокової конкурентної переваги підприємства на ринку за показниками витрат. Для забезпечення ефективності управління витратами необхідно дотримуватися певних концептуальних засад. Аналіз праць вітчизняних і зарубіжних економістів дає змогу виділити такі основні концепції, які можуть бути покладені в основу створення ефективних систем управління витратами суб'єктів господарювання:

- концепція витратоутворюючих чинників та оптимізації витрат;
- концепція функціонального менеджменту (АВСМ – activity – based – cost – management);
- концепція альтернативних витрат;
- концепція максимізації доданої економічної цінності;
- концепція ланцюжка формування цінності;
- концепція стратегічного позиціонування;
- концепція життєвого циклу продукції.

Згідно концепції витратоутворюючих чинників, витрати підприємства залежать від впливу різноманітних структурних (масштаб діяльності,

структура та асортимент продукції, технологія виробництва, обсяг інвестицій тощо) та функціональних (ефективність виробництва продукції, управління збутом, якість планування, нормування, контролю витрат тощо) чинників.

Основи концепції витратоутворюючих чинників закладені в теорії виробництва та теорії витрат [44,с.20]. Теорія виробництва виникла у 30-х роках минулого століття на основі досліджень залежностей між витрачанням виробничих ресурсів і кількістю виготовленої продукції. Ця теорія ґрунтується на дослідженні кількісних пропорцій між витраченими та виготовленими благами, визначенні ефективних точок виробництва за певних технологічних умов та формуванні виробничих взаємозалежностей за допомогою виробничих функцій. У зв'язку з різноманітністю варіантів організації і технології виробництва в спеціальній літературі запропоновано ряд виробничих функцій, найвідомішими серед яких є класична виробнича функція (закон доходу), неокласичні виробничі функції (Кобба-Дугласа, CES), виробничі функції Леонтєва, Гутенберга, Хайнена, Клока тощо. Ці функції описують взаємозв'язки між витратами факторів виробництва (виробничих ресурсів) та обсягами кінцевої продукції і дають можливість визначити, за якої комбінації факторів виробництва отримується максимальна кількість продукції. Однак у випадках коли певний обсяг продукції може виготовлятися при різних комбінаціях одних і тих факторів, виробничі функції не дозволяють встановити, яка із можливих комбінацій є для підприємства найефективнішою, тобто забезпечує мінімальні витрати і максимальний прибуток.

У зв'язку з цим теорія виробництва була доповнена теорією витрат, у рамках якої теоретико - виробничі закономірності (виробничі функції) використовуються для постановки і вирішення економічних задач.

Методологічною основою теорії витрат є логічний зв'язок між моделями виробництва та моделями витрат. У функціях витрат враховують такі чинники впливу на їх величину, як обсяги витрачання виробничих ресурсів (кількісні показники) і ціни факторів виробництва (вартісні показники). Оптимальною вважається та комбінація факторів, за якої забезпечується виготовлення певного обсягу продукції з мінімальними витратами, що при заданій виробничій програмі означає максимізацію прибутку [47].

Функція витрат записується у формі рівняння простої (якщо рівняння включає лише одну незалежну змінну) або множинної (якщо рівняння включає дві і більше змінних) регресії.

У сучасній економічній літературі виділяють такі основні методи побудови функції витрат [48]: технологічний (інжиніринговий) аналіз; аналіз рахунків; вищої – нижчої точки (аналіз діапазону обсягів діяльності); метод візуальних пристосувань (діаграма розсіювання); найменших квадратів. Можна виділити такі основні етапи формування і оцінювання функції витрат [48, с.900]:

- 1) вибір залежної змінної (витрат), яку необхідно спрогнозувати;
- 2) вибір потенційних чинників витрат;
- 3) збір даних про залежну змінну частину та чинники витрат;
- 4) нанесення результатів спостереження на графік;

- 5) визначення рівняння функції витрат;
- 6) тестування функції витрат на достовірність.

При побудові функцій витрат необхідно враховувати фактор невизначеності, який впливає на поведінку витрат та їхніх чинників. Невизначеність пов'язана із відсутністю достатньої інформації про зміну витрат. Невизначеність зумовлює ризик. Ризик в управлінні характеризує ймовірність відхилення фактичних результатів від очікуваних. Усі події в управлінні витратами можна поділити на : достовірні – для яких ймовірність (P) дорівнює 1; неможливі – для яких ймовірність дорівнює 0; випадкові – для яких ймовірність більша нуля, але менша одиниці ($0 < P < 1$).

Ймовірність настання випадкових подій в управлінні витратами можна визначити на основі: статистичних даних, математичних розрахунків, експертним шляхом. За наявності невизначеності обчислюють очікувані величини витрат та ймовірність настання такого значення цих витрат. За умов невизначеності формулу функції витрат можна записати таким рівнянням:

$$P(y) = P(a) + p(v)X, \quad (1)$$

де $P(y)$ – прогнозована сума загальних витрат;

$P(a)$ – прогнозована сума загальних постійних витрат;

$P(v)$ – прогнозована сума змінних витрат на одиницю фактора;

X – значення фактора витрат.

При обчисленні очікуваних величин згідно з теорією сценаріїв доцільно будувати „ дерево рішень ” – діаграму, яка відображає декілька можливих напрямків дій, а також очікувані результати (очікувані витрати) від цих дій.

Необхідно зазначити, що побудова «дерева рішень» дає можливість визначити і обрати такий варіант стратегії підприємства на ринку, який найкраще відповідає реалізації стратегічних завдань його розвитку, зокрема забезпечує максимізацію створеної на підприємстві цінності за оптимального рівня витрат та ризику підприємницької діяльності.

В умовах економічної кризи проблеми розробки стратегії розвитку підприємства набувають особливої актуальності. При цьому Клебанова Т.С. та Гур'янова Л.С. [68,с.22-38] до характерних рис прояву кризи відносять невідповідність складу і структури виробничих та фінансових ресурсів для досягнення стратегічної мети. Для успішного здійснення планування витрат підприємства доцільно розглядати таку категорію, як граничні витрати, яка має для підприємства стратегічне значення, оскільки дає змогу визначити витрати, обсяг яких підприємство може безпосередньо контролювати і які є для підприємства оптимальними [71,с.74].

Вартість виготовлених товарів та послуг визначається технологічним процесом і витратами на їх виробництво. Саме в рамках аналізу собівартості процес ресурсоспоживання можливо досліджувати у взаємозв'язку з іншими сферами та напрямками виробничо-господарської діяльності [80,с.203] Витрати з економічної точки зору – це вартість усіх видів витрат основного і оборотного капіталу на виробництво та реалізацію продукції. Кількість ресурсів не завжди буває достатньою для забезпечення всіх виробничих потреб. У практичній діяльності рішення про виробництво певної продукції

викликає необхідність відмовитися від використання однакових ресурсів для виробництва різних споживчих вартостей.

Таким чином, всі витрати є альтернативними.[104]. Це є головною перешкодою, з якою стикається підприємство в процесі реалізації своїх можливостей максимізації прибутку. Тому при прогнозуванні обсягу виробництва необхідно досконало знати, скільки коштує виробництво того, або іншого товару за даних обставин, якими є витрати на його виробництво.

Незалежно від того, який ресурс використовується в процесі виробництва - незамінний або взаємозамінний, перед аналітиками неодмінно встає питання: якою є раціональна границя його виробничого споживання? До якого рівня (обсягу) потрібно використовувати даний ресурс, щоб досягти найбільшого ефекту в конкретно певних умовах виробництва? Очевидною істиною є те, що виробниче споживання ресурсів - не самоціль, а спосіб досягнення певної мети. Додаткове використання того або іншого ресурсу виправдано тоді, коли при цьому збільшується той результат господарської діяльності, на одержання якого спрямований виробничий процес, у якому задіяний даний ресурс.

Тому найперше, що потрібно вирішити - це визначити технічно прийнятну границю використання ресурсу в процесі виробництва.

Для прикладу використаємо виробничу функцію підприємства щодо залежності вартості товарної продукції від вартості використання основних засобів (табл.1).

Таблиця 1

Вплив вартості активної частини основних виробничих засобів (ОЗ) на товарну продукцію(ТП) при незмінних факторах виробництва

№	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ТП	0,0	4,0	8,5	13,9	19,6	25,7	32,2	38,5	44,6
ОЗ	0,0	333	666	999	1332	1665	1998	2331	2664
№	10	11	12	13	14	15	16	17	18
ТП	50,3	55,7	60,4	64,6	66,5	67,9	68,3	67,6	65
ОЗ	2997	3330	3663	3996	4329	4662	4995	5328	5661

Дані табл. 1 свідчать про існування тісного зв'язку між вартістю активної частини основних виробничих засобів і товарною продукцією. Якщо ОЗ не задіяні в процесі виробництва, то товарна продукція буде дорівнювати нулю, але потім, через збільшення концентрації ОЗ, товарна продукція збільшиться з 4,0 грош.од. при використанні 333 одиниць ОЗ до 68,3 грош.од. при використанні 4995 одиниць ОЗ. Подальше збільшення залучення ОЗ у виробничий процес веде до зниження випуску товарної продукції.

Технічний аспект обґрунтування управлінського рішення має на меті звузити коло варіантів, по яких повинне прийматися остаточне рішення щодо раціональної границі використання ресурсу. У даному прикладі по технічних міркуваннях є прийнятними всі ті варіанти залучення ОЗ, які забезпечують зростання товарної продукції. Останнє спостерігається від 2-го до 16-го варіанта включно, коли залучається 4995 од. АЧ. Проте при подальшому

підвищенні концентрації ОЗ до 5328 од. товарна продукція починає знижуватися. Зрозуміло, що цей варіант, а також наступний, з нормою залучення ОЗ у розмірі 5661 од., з технічної точки зору є неприйнятним, оскільки веде до втрат по двох напрямках: по-перше, через зниження товарної продукції, по-друге, через неефективні витрати ресурсу (ОЗ).

Викладене дає можливість зробити висновок, що для подальшого обґрунтування по технічних міркуваннях повинні бути відкинуті ті варіанти, які ведуть до даремної витрати ресурсу й зниження випуску продукції. При цьому, не виключається можливість, що на певній границі подальша витрата ресурсу не супроводжується зниженням обсягу вироблюваної продукції, він може залишатися незмінним. Але через технічні міркування такий варіант використання ресурсу є також неприйнятним, оскільки веде до подорожчання продукції й до втрат без найменшої вигоди для підприємства.

Дані табл.3 показують, що при збільшенні залучення активної частини основних засобів зростання обсягу продукції відбувається нерівномірно. З господарської точки зору ця обставина є досить важливою і вимагає детального аналізу. Щоб здійснити його, потрібно визначити граничний ресурс, граничний продукт і середній продукт (таблиця 2).

Граничний ресурс (маржинальний приріст)- це додаткові витрати ресурсу в натуральному вимірі на виробництво додаткової кількості продукції:

$$ГР = V_n - V_o, \quad (2)$$

де ГР – граничний ресурс ;

V_n – витрати, пов’язані з випуском продукції у наступному періоді;

V_o - витрати, пов’язані з випуском продукції у попередньому періоді.

Граничний продукт - це приріст продукції від одиниці додаткової витрати ресурсу:

$$ГП = ТП_n - ТП_o, \quad (3)$$

де ГП – граничний продукт;

$ТП_n$ – обсяг виробництва продукції в натуральному вимірі у наступному періоді;

$ТП_o$ - обсяг виробництва продукції в натуральному вимірі у попередньому періоді.

Середній продукт (СП) - відношення кількості продукції до витрат ресурсу у даному періоді:

$$СП = ТП_n / V_n \quad (4)$$

Таблиця 2

Визначення граничного ресурсу, граничного продукту та середнього продукту

№	О сновні	Товарна	Граничний	Граничний	Середній
---	----------	---------	-----------	-----------	----------

	засоби	продукція	ресурс	продукт	продукт
A	1	2	3	4	5
1	0,0	0,0	0	0	0
2	333,0	4,0	333,0	4,0	12,01
3	666,0	8,5	333,0	4,5	12,76
4	999,0	13,9	333,0	5,4	13,91
5	1332,0	19,6	333,0	5,7	14,71
6	1665,0	25,7	333,0	6,1	15,44
7	1998,0	32,2	333,0	6,5	16,12
8	2331,0	38,5	333,0	6,3	16,52
9	2664,0	44,6	333,0	6,1	16,74
10	2997,0	50,3	333,0	5,7	16,78
11	3330,0	55,7	333,0	5,4	16,73
12	3663,0	60,4	333,0	4,7	16,49
13	3996,0	64,6	333,0	4,2	16,17
14	4329,0	66,5	333,0	1,9	15,36
15	4662,0	67,9	333,0	1,4	14,56
16	4995,0	68,3	333,0	0,4	13,67
17	5328,0	67,6	333,0	-0,7	12,69
18	5661,0	65,0	333,0	-2,6	11,48

За даними табл. 2, граничний продукт зростає до 7-го варіанту включно при використанні ОЗ у розмірі 1998 од., у той час як середній продукт - до 10-го варіанту - при використанні ОЗ у розмірі 2997 од. Із чисто технічних міркувань, найбільш ефективним можна вважати той варіант, при якому середній продукт досягає свого максимального значення. Саме при цьому варіанті виробляється найбільше продукції на одиницю витраченого ресурсу, що забезпечує при інших однакових умовах найвищий рівень рентабельності поточних витрат. Якщо не враховувати економічні фактори формування ефективності виробництва, то з таким обґрунтуванням ухвалення рішення «ресурс-продукт» можна було б погодитися, віддавши перевагу 10-му варіанту, де середній продукт представляє 16,78 грош.од.

Проте орієнтація на варіант із максимальним середнім продуктом залишає без відповіді питання: можливо підприємству одержати при цьому максимальний дохід з одиниці ОЗ, якщо товарна продукція в даному варіанті - 50,3 грош.од., тобто менша, ніж у шести наступних варіантах? Відповідь на це питання є принципово важливою, оскільки в ринкових умовах для підприємств одержання високого рівня окупності поточних витрат не є головним. Набагато важливіше для них є одержання найбільшого доходу на 1 од. ОЗ. Таким чином, очевидна необхідність економічної оцінки інших варіантів, за результатами якої можна було б відібрати той з них, що найбільше відповідає вимогам цього критерію.

Для того щоб виявити найбільш прибутковий варіант витрат ресурсу, потрібно визначити два показники - граничну вартість фактору й вартість граничного продукту.

Гранична вартість фактору (ГВФ) - це додаткові витрати ресурсу, визначені у вартісній формі, на виробництво додаткової кількості продукції.

Вартість граничного продукту (ВГП) - це ринкова вартість додаткової кількості продукції, отриманої завдяки додатковим витратам ресурсу. Вартість граничного продукту визначається як добуток граничного продукту по кожному з варіантів та ринкової ціни продукції (Цп):

$$\text{ВГП} = \text{ГП} \times \text{Цп} \quad (5)$$

Для безпосереднього розрахунку цих показників потрібно знати ціни на ресурс і на одержуваний продукт (використаємо дані таблиць 3 та 4). Припустимо, що ринкова ціна 1 од. товарної продукції становить 25 грн., а 1 од. активної частини ОВФ становить 200 грн.

Розрахунок граничної вартості фактору здійснюється в такій послідовності. Потрібно перевести граничний ресурс у його вартісний еквівалент. Для цього потрібно знати питому вагу активної частини ОВФ у загальній вартості ОВФ. Наприклад, частка активної частини (АЧ) дорівнює 40 %.

Тоді (ГРп) - граничний ресурс-приріст ОЗ (кожне додаткове залучення ОЗ у кількості 333,0 од.) буде дорівнювати :

$$\text{ГРп} = \text{ОЗ} \times \text{АЧ} / 1000 \quad (6)$$

$$\text{ГРп} = \frac{333,0 \times 40}{1000,0} = 13,32 \text{ (грош.од.)}$$

Звідси граничну вартість факторів (ГВФ) можна визначити як добуток граничного ресурсу (ГРп) в даному еквіваленті та ринкової ціни цього ресурсу (Цр). У даному прикладі вона становить :

$$\text{ГВФ} = \text{ГРп} \times \text{Цр} \quad (7)$$

$$\text{ГВФ} = \frac{13,32 \times 200}{100} = 26,64 \text{ (грн.)}$$

Оскільки граничний ресурс у нашому прикладі є однаковим за всіх варіантів залучення ОЗ і дорівнює 333,0 од., або 13,32 грош.од., гранична вартість фактору по них також буде однаковою, тобто буде дорівнювати 26,64 (грн.). Результати розрахунків, виконаних за допомогою табличного процесора Excel, наведені у таблиці 3.

Таблиця 3

Розрахунок вартості граничного продукту (ВГП)

№	О сновні засоби	Товарна продукція	Гранична вартість фактору	Граничний продукт	Вартість граничного продукту
1	0,0	0,0	26,64	0	0,0
2	333,0	4,0	26,64	4,0	100,0
3	666,0	8,5	26,64	4,5	112,5
4	999,0	13,9	26,64	5,4	135,0
5	1332,0	19,6	26,64	5,7	142,5

6	1665,0	25,7	26,64	6,1	152,5
7	1998,0	32,2	26,64	6,5	162,5
8	2331,0	38,5	26,64	6,3	157,5
9	2664,0	44,6	26,64	6,1	152,5
10	2997,0	50,3	26,64	5,7	142,5
11	3330,0	55,7	26,64	5,4	135,0
12	3663,0	60,4	26,64	4,7	117,5
13	3996,0	64,6	26,64	4,2	105,0
14	4329,0	66,5	26,64	1,9	47,5
15	4662,0	67,9	26,64	1,4	35,0
16	4995,0	68,3	26,64	0,4	10,0

Візуальна оцінка наведених у табл. 5 даних дає підстави сподіватися на те, що збільшення по варіантах граничної вартості фактору на однакову величину зумовлює одержання неоднакової вартості граничного продукту. Оскільки граничний продукт у вартісному вимірі оцінюється по всіх варіантах по однієї й тій самій ціні, максимальна вартість граничного продукту досягається в тім варіанті, у якому формується максимальний граничний продукт, тобто залучається 1998 од. ОЗ.

Для того щоб вирішити, чи доцільно й далі збільшувати ступінь залучення ОЗ, потрібно порівняти вартість граничного продукту (ВГП) із граничною вартістю фактору (ГВФ) по кожному варіанту. При переході від 7-го варіанту, при якому вартість граничного продукту найбільша до 8-го, гранична вартість фактору збільшується на 26,64 грн., але вартість граничного продукту при цьому зростає на 157,5 грн., тобто на значно більшу суму. Це означає, що за таких умов підприємство одержить 130,86 грн. (157,5-26,64) умовного доходу. Якби аналітики вирішили не залучати додатково 333 од. ОЗ і не перейшли б на норму залучення в кількості 2331 од. ОЗ, підприємство не одержало б при цьому приросту 130,86 грн. умовного доходу.

Додатково залучаючи у виробничий процес ще 333 од. ОЗ і довівши норму залучення ОЗ до 2664 од. (9-й варіант), підприємство знову збільшить свої витрати порівняно з попереднім варіантом на 26,64 грн. Але таке збільшення витрат корисне, оскільки завдяки цьому підприємство додатково одержить 152,5 грн. доходу або ще збільшить свій умовний дохід на 125,86 грн. (152,5-26,64). Якщо й далі продовжити подібний аналіз, то можна виявити закономірність: підприємству економічно вигідно збільшувати витрати ресурсу, якщо при цьому гранична вартість фактору менше вартості граничного продукту.

Для економічної оцінки різних варіантів норм залучення основних виробничих фондів здійснимо порівняння вартості граничного продукту (ВГП) із граничною вартістю фактору (ГВФ). Результати розрахунків, виконаних за допомогою табличного процесора Excel, наведені у таблиці 4.

Таблиця 4

Порівняння вартості граничного продукту

із граничною вартістю фактору

№	О сновні засоби	Товарна продукція	Вартість гранично го продукту	Гранична вартість фактору	ВГП >ГВФ	ВГП <ГВФ
1	0,0	0,0	0,0	26,64	0	0
2	333,0	4,0	100,0	26,64	>	
3	666,0	8,5	112,5	26,64	>	
4	999,0	13,9	135,0	26,64	>	
5	1332,0	19,6	142,5	26,64	>	
6	1665,0	25,7	152,5	26,64	>	
7	1998,0	32,2	162,5	26,64	>	
8	2331,0	38,5	157,5	26,64	>	
9	2664,0	44,6	152,5	26,64	>	
10	2997,0	50,3	142,5	26,64	>	
11	3330,0	55,7	135,0	26,64	>	
12	3663,0	60,4	117,5	26,64	>	
13	3996,0	64,6	105,0	26,64	>	
14	4329,0	66,5	47,5	26,64	>	
15	4662,0	67,9	35,0	26,64	>	
16	4995,0	68,3	10,0	26,64		<

Порівнюючи вартість граничного продукту із граничною вартістю ресурсу, бачимо, що лише в останньому варіанті ВГП<ГВФ. Це означає, що при переході від 15-го до 16-го варіанту приріст продукції 0,4 грош.од. (68,3-67,9) вже не приносить доходу. Більш того, у цьому випадку підприємство фактично несе збиток від такого обсягу додатково виробленої продукції в розмірі 16,64 грн. (26,64-10). Тобто, норма залучення ОЗ 4662 од. - це оптимальна границя витрат даного ресурсу, при якому дохід на 1 од. ОЗ буде найбільшим.

Викладений підхід до визначення раціональної границі використання ресурсу, що забезпечує максимальний дохід, можна узагальнити у вигляді правила ухвалення управлінського рішення: збільшуйте витрати ресурсу на додаткову одиницю доти, поки вартість граничного продукту від додатково отриманої продукції перевищить граничну вартість фактору від додатково спожитого ресурсу та поки середні змінні витрати не перевищують граничний дохід на одиницю продукції.

Щоб переконатися в тім, що обрано раціональну границю використання ресурсу, яка забезпечує максимальний економічний ефект, потрібно зробити розрахунок умовного доходу (УД) по кожному варіанту комбінації "ресурс-продукт". Сума зазначеного доходу визначається як різниця між доходом від реалізованої продукції (загальним доходом –ЗД) й загальними витратами (ЗВ):

$$\text{УД} = \text{ЗД} - \text{ЗВ}, \text{ де} \quad (8)$$

$$\text{ЗД} = \text{ТП} \times \text{Цп} \quad (9)$$

$$ЗВ = (ОЗ \times АЧ / 1000) \times Цр \quad (10)$$

Результати розрахунків, виконаних за допомогою табличного процесора Excel, наведені у таблиці 5.

Таблиця 5

Розрахунок умовного доходу

№	О сновні засоби	Товарна продукція	Загальний дохід	Загальні витрати	Умовний дохід
1	0,0	0,0	0,00	0,0	0,00
2	333,0	4,0	100,00	26,64	73,36
3	666,0	8,5	212,50	53,28	159,22
4	999,0	13,9	347,50	79,92	267,58
5	1332,0	19,6	490,00	106,56	383,44
6	1665,0	25,7	642,50	133,20	509,30
7	1998,0	32,2	805,00	159,84	645,16
8	2331,0	38,5	962,50	186,48	776,02
9	2664,0	44,6	1115,00	213,12	901,88
10	2997,0	50,3	1257,50	239,76	1017,74
11	3330,0	55,7	1392,50	266,40	1126,10
12	3663,0	60,4	1510,00	293,04	1216,96
13	3996,0	64,6	1615,00	319,68	1295,32
14	4329,0	66,5	1662,50	346,32	1316,18
15	4662,0	67,9	1697,50	372,96	1324,54
16	4995,0	68,3	1707,50	399,60	1307,90

Порівнюючи наведений у табл. 5 умовний дохід при кожній нормі залучення ОЗ бачимо, що найбільша його сума формується в 15-м варіанті при нормі залучення 4662 од. Слід зазначити, що рішення про найбільшу ефективність 15-го варіанту є справедливим з огляду на ринкові ціни на ресурс і виготовлену продукцію, які прийняті в розрахунках. Коли ж ціни на продукцію й ресурс змінюються, то це впливає на рішення, що приймає аналітик. Щоб воно було обґрунтованим, потрібно знову розрахувати вартість граничного продукту, якщо змінюється ціна на вироблену продукцію, і граничну вартість фактору, якщо змінюється його ціна. На основі отриманих даних згідно із правилом вибирають найбільш прибутковий варіант, а при необхідності перевірки правильності ухваленого рішення - роблять розрахунок нового значення умовного доходу.

За умови, що ціна на ресурс не змінюється, а лише підвищується ціна на вироблену продукцію, під впливом даного економічного фактору зростає вартість граничного продукту. У результаті такого росту раціональна межа використання ресурсу змінюється у бік більшого обсягу його виробничого споживання і для підприємства найбільш прибутковим може стати замість 15-го - 16-й варіант. І навпаки, при зниженні ціни на вироблену продукцію раціональна межа використання ресурсу зменшується, і пошук найбільш

прибуткового варіанта потрібно здійснювати за меншої норми залучення ОЗ, ніж у 15-му варіанті.

Таким чином, граничні витрати визначають той обсяг виробництва, перевищення якого зумовлює подорожчання виробництва.

Пошук економічної ефективності, тобто пошук таких методу і обсягу випуску продукції, які б максимізували прибуток, є одною з найважливіших проблем для підприємств України. Вибір технології виробництва, постачальників ресурсів, покупців продукції належить здійснювати інженерно - технічному персоналу сумісно з економістами-аналітиками.

Прогноз обсягу виробництва, прямих та непрямих витрат щодо конкретного обсягу продукції є необхідною передумовою розробки стратегії ефективної діяльності підприємства. На основі цієї стратегії здійснюється організація запланованих робіт, фактична реалізація виробничих процесів, створюється мотивація задіяного для їх виконання персоналу.

Концепція альтернативних витрат або витрат втрачених можливостей ґрунтується на твердженні, що в процесі управління витратами необхідно враховувати не тільки реальні витрати ресурсів (коштів, матеріальних цінностей, інших активів) при виконанні господарських процесів і операцій, але й втрачену вигоду, зумовлену прийняттям одного рішення і відмовою від іншого (альтернативного). Згідно з цією концепцією управління витратами має здійснюватися на основі мінімізації сукупних витрат, тобто суми реальних витрат підприємства та втраченої вигоди.

Формування концепції максимізації доданої економічної цінності зумовлено зростанням рівня конкуренції, необхідністю забезпечення конкурентоспроможності та стабільного економічного розвитку суб'єктів господарювання у динамічному ринковому середовищі. Згідно з цією концепцією управління витратами має здійснюватися таким чином, щоб забезпечити максимізацію різниці між створеною на підприємстві економічною цінністю (що дорівнює сумі коштів, яку готові заплатити споживачі за продукт) та сумою витрат підприємства, пов'язаних зі створенням цієї цінності.

Концепція функціонального менеджменту (activity – based management – АВМ) , або менеджменту на основі функціональних витрат (АВСМ – activity – based – cost – management) сформована на основі функціонального методу обліку і калькулювання витрат (метод калькулювання витрат на основі видів діяльності), розробленого в середині 80-х років минулого століття американськими вченими Р.Купером і Р.Капланом. Ця концепція ґрунтується на визначенні ролі і впливу видів діяльності, пов'язаних з виробництвом і реалізацією продукції та формуванням цінності для споживачів на витрати підприємства. Згідно з цією концепцією управління витратами має здійснюватися на основі управління основними видами його діяльності, зокрема такими як виробництво продукції, маркетинг, збут тощо.

Концепцію ланцюжка формування цінностей сформував американський економіст М. Портер. Згідно з цією концепцією управління витратами має здійснюватися не тільки на основі використання внутрішніх резервів зниження

витрат (вдосконалення внутрішнього ланцюжка формування цінності на підприємстві), але й шляхом налагодження ефективних відносин підприємства з діловими партнерами, зокрема постачальниками, покупцями, підрядниками тощо (оптимізації зовнішнього ланцюжка формування цінності).

Формування концепції стратегічного позиціонування зумовлено необхідністю забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання на ринку. Вона була розроблена американськими вченими Купером і Нортоном в середині 90-х років минулого століття. Вона ґрунтується на аналізі показників збалансованої облікової відомості. Згідно з цією концепцією управління витратами має здійснюватися тільки на основі аналізу сильних і слабких сторін підприємства порівняно з його основними конкурентами, переваг і загроз діяльності підприємства на ринку. Формувати систему управління витратами необхідно з урахуванням чотирьох груп перспектив підприємства: фінансової; розвитку відносин зі споживачами (покупцями); вдосконалення внутрішніх бізнес-процесів; навчання і розвитку персоналу.

В управлінні витратами слід також враховувати концепцію життєвого циклу продукту, тобто управління необхідно здійснювати з урахуванням інформації про стан життєвого циклу на якому перебуває продукція (проект, підприємство) на ринку. Відомо, що від особливостей такого стану значною мірою залежить вибір завдань, форм, методів і критеріїв оцінювання ефективності управління витратами суб'єктів господарювання.

Саме невизначеність чинників зовнішнього середовища і динамічність ринків України зумовлюють значну актуальність використання концепції стратегічного управління, зокрема стратегічного управління витратами. Метою стратегічного управління витратами підприємства є довгострокове забезпечення економічної ефективності підприємства, за умов впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на рівень і поведінку витрат, оскільки ці чинники можуть мати як позитивний, так і негативний вплив [134, с. 25].

Керівник, який хоче досягнути успіху в підприємницькій діяльності, не здійснить жодного організаційного, технічного або технологічного заходу доти, доки не буде обґрунтована його економічна доцільність, відповідність управлінських рішень, якими підприємство керується для досягнення успіху на ринку, вимогам ринку. Прийняття оптимальних управлінських рішень потребує постійного системного аналізу різних варіантів економічних параметрів. Резерви до нарощування результативності визначаються сполученням технологічних можливостей та особливостей ринкової поведінки видів економічної діяльності щодо задоволення потреб споживачів [135, с.438].

Одним із розповсюджених способів ухвалення управлінських рішень щодо стратегічного управління витратами є використання матриці аутсорсингу, розробленої Д.В. Хлебніковим на основі «матриці BCG» [137].

Аутсорсинг (англ. *outsourcing* – використання зовнішніх джерел) – ефективна бізнес – стратегія та форма поєднання конкуренції і співробітництва між фірмами (компаніями), що передбачає концентрацію ресурсів та діяльності компанії або фірми на основному і найвигіднішому для неї напрямі

й передання інших (другорядних, супутніх) надійним партнерам, які спеціалізуються на них [161,с.34]. В цьому випадку аутсорсинг може використовуватися як спосіб зниження операційних витрат.

Матриця аутсорсингу – це метод рознесення по д’евяти основних квадратах матриці 3x3 об’єкта, що розглядається (яким може бути як окремо виробництво, так і підрозділ, вид робіт, ресурси і навіть окремих фахівців).

Оскільки основною метою аутсорсингу є зниження витрат компанії за рахунок ліквідації нерентабельних бізнес – елементів, то можна розглянути матрицю аутсорсингу у розрізі конкурентоздатності окремих підприємств з метою визначення конкурентної стратегії підприємства, як окремого бізнес – елемента.

Щодо критеріїв, за якими будуть проводитися дослідження, проведемо такі паралелі: стратегічну важливість [137] ототожнимо з часткою ринку, що займає кожне підприємство серед обраної множини підприємств - конкурентів, а критерій порівняння з вимогами ринку [137] замінимо на рівень ефективності витрат. Таким чином, оцінка при аналізі буде мати такий вигляд:

- частка ринку – відносна частка ринку, яку займає кожне підприємство, що визначається як співвідношення чистого доходу підприємства до загальної суми продаж усіх підприємств- конкурентів;
- оцінку рівня ефективності витрат підприємств відображають такі види нерівностей: $I_v > I_{np}$, $I_v = I_{np}$, $I_v < I_{np}$, де I_v – індекс собівартості реалізованої продукції, I_{np} - індекс обсягів продажу, які визначаються формулами:

$$I_v = \frac{B_1}{B_0} \quad (11)$$

$$I_{np} = \frac{P_1}{P_0} \quad (12)$$

де B_1 , B_0 – собівартість реалізованої продукції у звітному і попередньому періодах, тис.грн., P_1 , P_0 – чистий дохід від реалізації у звітному і попередньому періодах, тис.грн.

Нерівність $I_v > I_{np}$ відповідає доцільності застосування стратегії низьких витрат, оскільки простежується тенденція зниження ціни для збереження конкурентоспроможності на ринку. Рівність $I_v = I_{np}$ визначає можливість застосування стратегії фокусування, що базується на обслуговуванні визначеного сегменту ринку, сталий стан справ, на якому дозволяє підтримувати витрати на постійному рівні. Ситуація $I_v < I_{np}$ передбачає використання стратегії диференціації, яка використовує націнки за надання унікальних товарів з метою покриття додаткових витрат диференціації.

При використанні зазначених оцінок матриця аутсорсингу набуває вигляду (рис.1):

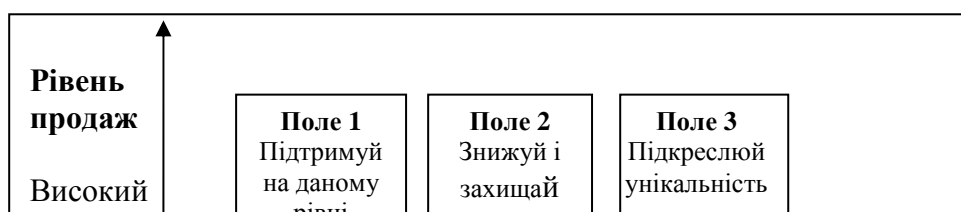


Рис.1. Матриця аутсорсингу

Розглянемо питання використання матриці щодо розробки конкурентної стратегії сільськогосподарських підприємств на прикладі підприємств – конкурентів у галузі виноградарства Одеського регіону (використаємо дані річних звітів акціонерних товариств [162]). У результаті аналізу (табл.6; 7) підприємства були розташовані на полях матриці аутсорсингу (рис.2), на основі чого можуть бути прийняті такі рішення.

ЗАТ «Ізмаїльський винзавод» має високу частку ринку, але індекс витрат випереджає зростання продаж. Оскільки підприємство займає значний сегмент даної галузі регіону, витрати на виробництво низькі через значні масштаби виробництва. У такому випадку підприємству слід дотримуватися обраної політики і підтримувати витрати на тому ж рівні. Якщо ціни на ринку будуть стабільні, підприємство зможе маневрувати витратами з метою підвищення прибутку. Пропонується використовувати стратегію мінімізації витрат.

ВАТ «Октябрський» має високу частку ринку і відповідність індексу продаж та індексу витрат. Впродовж тривалого часу відношення витрат і цін на продукцію імовірно не змінюється, що свідчить про доцільність використання стратегії фокусування. Проте висока частка ринку потребує від керівництва ретельного моніторингу ринку, якщо воно хоче зберегти існуючий стан речей, оскільки велика загроза появи конкурентів, спроможних захопити значний шматок ринку. Захистити себе від конкурентів можна, обравши стратегію фокусування на витратах з метою підтримання конкурентоспроможності.

Таблиця 6

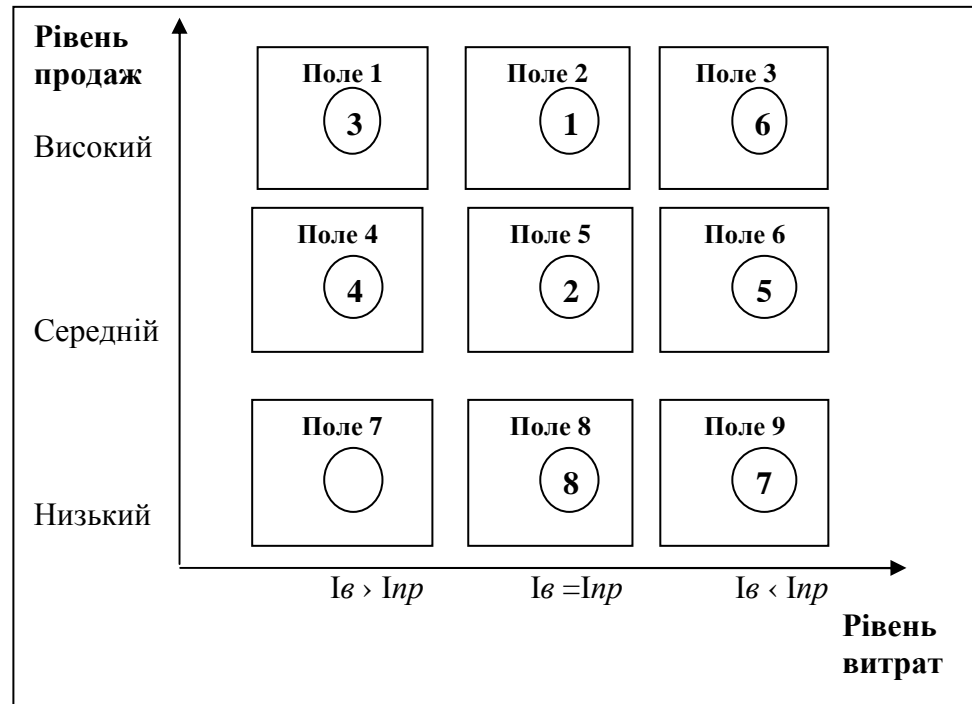
Порівняльний аналіз показників діяльності підприємств									
№	С/г підприємства	1.ВАТ «Октябр- ський»	2.ВАТ «Шампань України»	3.ЗАТ «Ізмаїль- ський винзавод»	4.ПАТ «Южний»	5.ВАТ «Комсо- молець»	6.ВАТ «Чорномор- ська перлина»	7.ВАТ «Правда»	8.ПАТ «Долинка»
	Показники								
1	Чистий дохід, тис.грн.								
	-попередній рік	31024	23988	18517	15245	9801	11271	3179	5089
	-звітний рік	28989	24257	41658	13000	15570	36456	4958	5125
	-індекс	0,93	1,01	2,25	0,85	1,58	3,23	1,55	1,01
2	Собівартість реалізованої продукції, тис.грн.								
	-попередній рік	29981	17971	10710	12516	10224	6467	3160	4231
	-звітний рік	28122	17890	39660	11552	15352	15766	3955	4154
	-індекс	0,93	0,995	3,7	0,92	1,5	2,44	1,25	0,98
3	Валовий прибуток, тис.грн.								
	-попередній рік	1043	6017	7807	2729	-423	4804	19	858
	-звітний рік	867	6367	1998	1448	218	20690	1003	971
	-індекс	0,83	1,06	0,26	0,53	1,52	4,31	52,7	1,13
4	Ринкова частка,%								
	-попередній рік	28,6	22,1	17,1	14,1	9,1	10,4	2,94	4,7
	-звітний рік	17,1	14,3	24,5	7,65	9,2	21,4	2,91	3,0
	-індекс	0,6	0,65	1,43	1,84	1,01	2,05	0,99	0,64

Вихідні дані для розташування на полях матриці аутсорсингу

Таблиця 7

С/г підприємства Показники	1.ВАТ «Октябрьський»	2.ВАТ «Шампань України»	3.ЗАТ «Ізмаїльський винзавод»	4.ПАТ «Южний»	5.ВАТ «Комсомолец»	6.ВАТ «Чорноморська перлина»	7.ВАТ «Правда»	8.ПАТ «Долинка»
Ранжування за ринковою часткою: -попередній рік -звітний рік	1 3	2 4	3 1	4 6	6 5	5 2	8 8	7 7
Порівняння індексу витрат із індексом продаж у звітному році	0,9=0,9 <i>I_v=I_n</i>	1=1 <i>I_v=I_n</i>	3,7 > 2,3 <i>I_v > I_n</i>	0,9 > 0,8 <i>I_v > I_n</i>	1,5=1,5 <i>I_v=I_n</i>	2,4 < 3,2 <i>I_v < I_n</i>	1,3 < 1,6 <i>I_v < I_n</i>	1=1 <i>I_v=I_n</i>

Рис.2. Розташування підприємств на матриці аутсорсингу



ВАТ «Чорноморська перлина» має високу частку ринку і високу ефективність витрат, про що свідчить перевищення індексу продаж над індексом витрат. Можна сказати, що підприємство пропонує «унікальний» продукт на дуже значному сегменті ринку. Але існує ймовірність надання переваги споживачами конкурентам, які виробляють продукцію тих самих сортів винограду. Підприємство зайняло тверду позицію виробника унікального продукту у даній галузі і може активно впроваджувати стратегію диференціації.

ПАТ «Южний» має середню частку ринку, поєднану зі значним рівнем витрат на виробництво. Необхідно розвивати активи, технологічну базу. Це потрібно для того, щоб підприємство за рахунок інвестицій розвивалося і, якщо буде збережено його стратегічну важливість, могло перейти до кращого положення на ринку. Враховуючи зниження обсягів реалізації, слід або скорочувати сегмент, або ретельно слідкувати за якістю продукції, підтримувати високотехнологічність виробництва, використовувати стратегію диференціації, щоб окрім основної продукції мати збалансований господарський портфель.

ВАТ «Шампань України» має середню частку ринку і баланс між витратами та реалізацією. Підприємство господарює на ринку на рівні з основним конкурентом. У такому випадку воно може підвищувати ціни і слідкувати за реакцією споживачів, а може захищати існуючий продукт завдяки зниженню витрат. Слід організувати рекламу. Підійде стратегія диференціації.

ВАТ «Комсомолец» має середню частку ринку та порівняно низькі витрати. Підприємству слід активно використовувати стратегію лідерства у витратах, щоб охопити більшу частку ринку галузі і здобути прихильність більшої кількості споживачів. Проте слід пам'ятати про збереження якості продукту на високому рівні. Товариство може реалізовувати продукцію за такою ж ціною, що й конкуренти, але отримувати більший прибуток за рахунок низьких витрат та завоювання більшої частки ринку. У такому випадку є ймовірність переходу підприємства до поля 3.

Поле 7. Низька частка ринку порівняно з конкурентами та високі витрати. Таке підприємство (в нашому дослідженні в це поле не потрапило жодне підприємство) або реалізовує продукцію за цінами, необґрунтовано вищими за середні, або намагається реалізувати продукт, який знаходиться на останній стадії життєвого циклу. У такому разі слід або виводити продукт з ринку, або впровадити політику низьких витрат та зниження цін.

ПАТ «Долинка» має низьку частку ринку, однакову динаміку витрат та обсягів реалізації. Підприємство захопило невеликий сегмент на ринку галузі та здобуло добру репутацію у споживачів, що треба активно підтримувати шляхом маркетингових методів. Пропонується стратегія фокусування, але є загроза переходу до поля 7.

ВАТ «Правда» має низьку частку ринку, але порівняно низькі витрати. Підприємство може активно впроваджувати стратегію диференціації на даному ринку, отримуючи прибутки за рахунок встановлення преміальної ціни. Доцільно провести аналіз довгострокового розвитку на предмет можливості інвестицій в оновлення діяльності підприємства, розширення ринків збуту.

Таким чином, визначені критерії розробки конкурентної стратегії сільськогосподарського підприємства на основі використання матриці

аутсорсингу дозволять поповнити традиційну систему управління витратами. В результаті розробки стратегічних альтернатив формалізуються та уточнюються стратегічні цілі підприємства, деталізуються якісні, а також кількісні цільові параметри, яких кожне підприємство бажає досягти.

При визначенні напрямків трансформації економічного аналізу щодо системи управління витратами повинно враховуватись застосування сучасних інформаційних технологій, але наявність розриву між великими можливостями і реальним практичним використанням сучасних засобів накопичення, обробки і обміну інформації потребує серйозного підвищення методологічного забезпечення економічного аналізу.

В умовах швидкої зміни факторів зовнішнього середовища на виробничих підприємствах повинні створюватися принципово нові системи управління витратами, які будуть реагувати на потреби ринку й збільшувати конкурентоспроможність. Інструментом, що забезпечує оперативне управління витратами є сучасні інформаційні технології.

З нашої точки зору під інформаційними технологіями в управлінні витратами належить розуміти комплекс методів перетворення вхідних даних в оперативну інформацію з ціллю досягнення оптимальних витрат на підставі програмних засобів й обчислювальної техніки. Перед підприємством виникає не просте питання: яку інформаційну систему обрати і як правильно її адаптувати під власні потреби.

Застосування інформаційних систем орієнтовано на фактори, що збільшують конкурентоспроможність організації: ефективне розміщення засобів; зменшення витрат обігу, собівартості продукції і регулювання витрат; підвищення ефективності маркетингу; регулювання ринкових ризиків та ін.

Створення інформаційних систем потребує системної орієнтації розробників на всіх стадіях життєвого циклу системи. Системний підхід повинен передбачати: визначення концепції розвитку автоматизованих інформаційних систем (АІС); розробку технологічної платформи на основі концепції розвитку системи; формування моделі системи бізнес-процесів й розробка бізнес-правил; модернізацію правил роботи (регламенту) системи управління економічною діяльністю; розробку системи заходів по впровадженню якісно нових моментів по роботі персоналу і всієї організації в результаті комплексної комп'ютеризації.

Існують різні точки зору відносно факторів, що впливають на побудову АІС. На нашу думку успіх багато в чому залежить від організаційних заходів, до проведення яких повинно бути готове найвище керівництво, включаючи зусилля з формулювання місій і цілей споживацького суспільства, за розподілення відповідальності й контролю.

Для реалізації забезпечення структурної і функціональної повноти інтегрованої АІС необхідне дотримання ряду принципів проектування:

- 1) принцип першого керівника, що передбачає: наявність у керівника проекту реальних повноважень при розгляді й затвердженні концепції і стратегії розвитку; контроль за термінами, технологічністю і повнотою проекту; здатність делегування та перерозподілу повноважень; підготовка персоналу, що задіяний у проекті; координація зусиль підрозділів на всіх стадіях життєвого циклу проекту системи;

2) принцип системного підходу до створення, модифікації й супроводу АІС, що означає: розробку й узгодження концепції і стратегії розвитку підприємства; формування концепції інформаційної системи; уніфікацію технологій проектування (структури, складу і функцій) інформаційної системи, її впровадження і використання з урахуванням розподілу системи; комплексність проекту;

3) відкритість проектних специфікацій і технологій;

4) проведення комплексних маркетингових досліджень сучасних бізнес-і інформаційних технологій й продуктів;

5) принцип економічної виправданості проекту, включаючи: аналіз продуктивності і економічності запропонованих рішень у часі; здатність адаптувати до умов що змінюються у внутрішньому і зовнішньому середовищі; спроможність розвитку системи стосовно нових послуг та продуктів; орієнтація на новітні бізнес-технології і продукти.

Розгляд основних підходів до впровадження АІС дозволяє зробити низку висновків. Першою і необхідною умовою для успішної реалізації проекту створення АІС є наявність у керівництва організації зацікавленості у майбутній системі і чіткого розуміння цілей, задля яких вона створюється. Це значно полегшить процес формування вимог до системи. Створення будь-якої АІС в організації пов'язано з рішенням ряду основних завдань, таких як вибір програмного забезпечення (далі ПЗ), його постачальника й впровадження ПЗ. При цьому останнє завдання є найбільш трудомістким в рамках процесу створення АІС. Для його успішного рішення дуже важливо на стадії підготовки до впровадження оцінити, на скільки підприємство готове до його проведення і бажано сформулювати попередній перелік етапів впровадження. Це допоможе скласти уяву щодо обсягу майбутніх робіт. Результатом оцінки є прийняття рішення про початок впровадження чи тимчасової затримки в його проведенні, і визначити ступінь участі зовнішньої консалтингової фірми в його реалізації.

Коли мова йде про вирішення даного питання на конкретному підприємстві, то перш за все, необхідно визначити критерій за яким обирається "сценарій" створення АІС. Вочевидь ці критерії багато у чому відповідають факторам, що визначають обсяг і підходи до проведення впровадження. Одним з найбільш вагомих критеріїв, що максимально впливає на склад етапів впровадження, їх хронологію і процес створення АІС у цілому, на нашу думку являється кваліфікація персоналу. Під цим розуміється, як кваліфікація власне кінцевих користувачів так і кваліфікація учасників команди проекту впровадження. Одна справа визначити склад етапів впровадження, їх хронологію, сформулювати попередній план впровадження, інша справа – його реалізувати. Як правило для створення АІС формується команда проекту впровадження (далі команда проекту). Її склад багато в чому визначається знову таки кваліфікацією персоналу організації. Якщо вона досить висока, тоді команда проекту може бути цілком складена з співробітників організації. В іншому випадку до складу команди повинні увійти, щонайменше консультанти консалтингової фірми. Так чи інакше на стадії формування команди проекту необхідно пам'ятати, що її кваліфікація й налагоджена робота усіх її учасників є одним з найважливіших умов успішного створення АІС. Іншими словами, зміст і

обсяги впровадження визначають вимоги до учасників команди проекту та їх кваліфікацію.

Якість інформаційних систем оцінюється користувачами і залежить від багатьох факторів. Важливим є час реакції постачальника на запити, а також складність адміністрування і розвитку системи, які включають супровід як власно самої системи так, і базового ПЗ БД (бази даних) і СУБД (системи управління базами даних). Являючись первинною точкою входу для користувачів, постачальники менш за все зацікавлені у додатковому адмініструванні БД і СУБД, тому, що це може призвести до необхідності звернення у службу підтримки постачальника СУБД, що значно збільшує час відгуку на запити користувачів. В умовах сучасної жорсткої конкуренції це може призвести до втрати клієнта. Через це найчастіше вибір припадає на СУБД, які передбачають мінімальні вимоги при обслуговуванні й у той же час забезпечують безперебійну роботу.

Розглянемо існуюче програмне забезпечення для обліку, на базі якого можна побудувати оригінальну інформаційну систему (таблиця 7).

Розглядаючи функціонал цих систем можна виділити :

- інтеграція з іншими інформаційними системами ERP класу, використання у реальному часі даних з усіх рівнів облікової інформації;
- здатність відстежити і оптимізувати виробничий процес від замовлення покупця до моменту отримання готової продукції;
- управління ресурсами, обладнанням, інструментами, трудовими витратами;
- деталізований до матеріалу контроль за витратами.

Таблиця 7

Інформаційні системи, які застосовуються на підприємствах розвинутих країн

Абревіатура	Англійський термін	Переклад	Основні характеристики
AIS	Accounting Information System	Інформаційна система бухгалтерського обліку	Програмні продукти, які забезпечують введення господарських операцій у базу даних із подальшим розрахунком балансу та іншої звітності
DSS	Decision Support System	Системи забезпечення прийняття рішення	Системи, які дозволяють проводити моделювання наслідків управлінських рішень
ERP	Enterprise Resource Planning	Планування ресурсів підприємства	Забезпечують виконання функцій обліку і контролю причому не лише для однорідних і локально розміщених виробництв, а й для багатопрофільних підприємств і корпорацій, які мають філії та підрозділи в різних містах і країнах
MES	Manufacturing	Система	Дані MES – систем містять

	Execution System	управління виробництвом	показники руху деталей на конвеєрі у реальному часі, а також інформацію про контроль за якістю й експлуатацією. Використовуючи штрихкоди або інші засоби, підприємства відмовляються від ручної реєстрації технологічних операцій
MIS	Management Information System	Управлінські інформаційні системи	Системи інформування керівників для прийняття оперативних рішень
SEM	Strategic Enterprise Management	Стратегічне управління підприємством	Системи для допомоги прийняття рішень вищим керівникам
PDM	Product Development Management	Управління витратами на виробництво	Система управління даними про виробництво на промисловому підприємстві

На вітчизняному ринку програмне забезпечення зі схожими параметрами має система обліку на базі 1С «Предприятие» 8.0 “Управление производственным предприятием для Украины”. Використовуючи весь функціонал рішення і доробивши його під власні потреби, підприємство може отримати систему управління витратами, здатну забезпечити раціональне використання ресурсів, оптимізувати витрати, прийняти обґрунтоване управлінське рішення.

Таким чином, формування системи управління витратами необхідно здійснювати на основі певних концептуальних засад, зокрема, концепції витратоутворюючих чинників, функціонального менеджменту, альтернативних витрат, максимізації доданої економічної цінності, ланцюжка формування цінності, стратегічного позиціонування, життєвого циклу продукту, які забезпечують зниження чи оптимізацію рівня стратегічних і поточних витрат суб'єктів господарювання та сприяють підвищенню їхньої конкурентоспроможності на ринку.

Формування ж інформаційної стратегії облікового механізму регулювання і контролю за витратами буде сприяти підвищенню ефективності господарської діяльності та конкурентоспроможності підприємства. Автоматизовані інформаційні системи (АІС), як пов'язуюча ланка при розробці стратегії, зміні управління, організації цілеспрямованої роботи з персоналом, відіграють значну роль в успішній реалізації стратегії підприємства в цілому.

2. Особливості економічного аналізу діяльності сільськогосподарських підприємств.

Одним із найважливіших завдань агропромислового виробництва постіндустріального типу є не тільки істотне збільшення обсягів сільськогосподарської продукції для забезпечення продовольчої безпеки

держави, а й значне підвищення прибутковості й конкурентоспроможності галузі на базі ефективнішого використання економічного потенціалу агроєкосистем, матеріальних, трудових та фінансових ресурсів.

За даними Державного агентства земельних ресурсів України, станом на 1 січня 2011 року реформовано 11,9 тис. недержавних сільськогосподарських підприємств, на базі яких створено 34,7 тис. нових господарських формувань ринкового спрямування, у тому числі: 7,9 тис. товариств з обмеженою відповідальністю, 5,3 – приватних (приватно-орендних) підприємств, 0,7 – акціонерних товариств, 1,0 – сільськогосподарських кооперативів, 11,9 – фермерських господарств і 7,8 тис. інших суб'єктів господарювання [59].

Останніми роками активно розвиваються нові господарські формування, що створюються на основі оренди землі потужними промисловими підприємствами, фінансовими й сервісними структурами – так званими «холдинговими формуваннями». Таку форму господарювання можна вважати позитивною, особливо за умов, коли існує дефіцит коштів для інвестування сільського господарства. Позитивними сторонами формувань є залучення інвестицій з інших галузей вітчизняної економіки й зарубіжних країн; організація переробки сільськогосподарської сировини; ефект масштабу для зменшення виробничих витрат та підвищення продуктивності земельних угідь; підвищення дохідності за рахунок створення замкнутих маркетингових ланцюгів із виходом на зовнішні ринки. Однак, є і негативні сторони діяльності, такі як: загострення соціальних проблем на селі через вивільнення зайвих працівників і зростання безробіття; відсутність участі в розвитку сільських громад. Незважаючи на те, холдингові формування виробляють продукції рослинництва на 20-25% більше ніж інші.

У результаті реформування аграрного сектору відбулися зміни у землекористуванні та виробництві продукції різних господарських формувань.

Якщо у 1990 році сільськогосподарські підприємства використовували 93,7% сільськогосподарських угідь, а населення 6,3%, то у 2010 році – відповідно 46,6 і 42,5% та крім того ще 10,9% освоюють фермерські господарства. Виробили вони відповідно 40,3; 54 і 5,7% валової продукції.

Реформування відіграло позитивну роль у збільшенні виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах. У 1990 році ними на 100 га сільськогосподарських угідь було вироблено валової продукції на 260 тис.грн. у 2010 році – 238 тис. грн., у тому числі продукції рослинництва відповідно 128 тис.грн., 50 тис.грн. і 132 тис. грн., а тваринництва – 132, 32 і 106 тис. грн. (табл.1),[59].

При оцінці потенціалу галузі рослинництва на перспективу важливо зауважити, що врожайність кукурудзи в Україні на площі 3,5 млн. га у минулому році становила 64,3 ц с га. Таким чином, досягнуто цілком європейську врожайність по кукурудзі, чого не скажеш щодо пшениці та інших зернових, овочів і цукрових буряків. Урожайність по деяких культурах в Україні є нижчою порівняно з країнами СНД.

Галузь тваринництва продовжує залишатися в епіцентрі управлінської діяльності Міністерства. За підсумками минулого року, збільшено обсяги виробництва тваринницької продукції на 2,5% за рахунок нарощення виробничого потенціалу у птахівництві та свинарстві.

**Динаміка виробництва валової продукції на 100 га
сільськогосподарських угідь за категоріями господарств, тис.грн**

Рік	Продукція сільського господарства			
	Усі категорії господарств	У тому числі		
		сільськогосподарські	фермерські	господарства населення
1990	351	260	-	1703
1999	176	82	60	709
2003	205	95	59	454
2006	257	183	112	380
2007	241	185	90	341
2008	284	246	149	358
2009	279	240	126	360
2010	275	238	125	353
2011	318	-	-	-

Незважаючи на кілька негативних чинників дії на ринку: зростання в середньому на 22% вартості ресурсів, що надійшли у сільськогосподарське виробництво; дію експортних обмежень на зернові; значне зниження цін, - у минулому 2011 році сільськогосподарськими виробниками одержано 17,6 млрд. грн. доходів [59].

Проте у сільському господарстві норма прибутку на вкладений капітал втричі менше, ніж у середньому по економіці країни. Ці порівняння переконливо свідчать, що в Україні не відпрацьовано паритетних міжгалузевих економічних відносин, щоб галузь сільського господарства стала інвестиційно привабливою для бізнесу.

У ринковій економіці одержання прибутку є метою підприємницької діяльності, тому вона виступає як рушійна сила розвитку підприємства і разом з цим служить основним джерелом фінансових ресурсів для багатьох учасників суспільного виробництва. Усе це визначає центральне місце і важливу роль прибутку в розвитку ринкової економіки. Якщо підприємство прибуткове, отже, воно життєздатне і конкурентоздатне.

В Україні частка прибуткових підприємств зросла до 85%, кількість збиткових зменшилася майже вдвічі. Загальний фінансовий результат у 2011 році до оподаткування становив 14,7 млрд. грн., тобто 565 грн. на гектар посівної площі. Рівень рентабельності сільськогосподарського виробництва дорівнював 24,1%, у тому числі в галузі рослинництва – 29,9%, тваринництва – 9,5% [59].

Основні тенденції аграрного сектора економіки повною мірою відносяться і до результатів виробничо-фінансової діяльності сільськогосподарських підприємств Одеського регіону. Аналіз показав, якщо в 2008 р. у сільському господарстві області прибуток становив 538 млн. грн., в 2011 р. прибуток отриманий у розмірі 472,3 млн. грн. Прибутковими були 83,5 % сільськогосподарських підприємств і 16,5% - отримали збиток. Рівень

рентабельності підприємств в 2011 році склав 2,5%, у промислових підприємств – 1,5% [60].

Для того щоб прибуток міг виявити свою роль, його розміри на підприємстві повинні відповідати вимогам ринкової економіки. Це спонукує підприємства підтримувати обсяг виробництва на відповідному рівні. Процес виробництва і реалізації продукції сільського господарства вимагає великих матеріальних витрат, у зв'язку з чим підприємства постійно мають потребу в додаткових джерелах фінансування. Самі підприємства на сьогоднішній день не мають у своєму розпорядженні достатніх засобів. Необхідно постійно проводити аналіз ефективності використання залучених коштів, для того щоб підтримувати рівень рентабельності підприємства.

Ключовими елементами фінансування сільськогосподарських підприємств є склад і структура фінансових ресурсів та джерел їхнього формування. Рациональні управлінські заходи щодо оптимізації розміру та складу фінансових ресурсів забезпечать сталість фінансових відносин і успішний розвиток сільськогосподарського виробництва.

Дані таблиці 2 показують, що за період з січня по вересень 2011 року активи підприємств сільського господарства Одеського регіону зросли на млн. грн. Необоротні активи в структурі зменшились на 8,0% пунктів [60]. Оборотні активи сільськогосподарських підприємств зросли як в сумі, так і в долі відповідно на 8 пунктів.

Власний капітал підприємств в абсолютній сумі зростає, а доля його в структурі зменшилась на 6,9 відсоткових пунктів.

Зменшення власного капіталу свідчить про ріст залежності підприємств сільського виробництва від залученого капіталу. В свою чергу склад залученого капіталу зростає лише за рахунок поточних зобов'язань, які зросли с 32,6% до 39,9% в сумі джерел формування засобів підприємства. Доля довгострокових зобов'язань зменшилась і в структурі складає відповідно 0,17 % до 0,15%, тобто на 0,02 відсоткових пункти.

Аналіз фінансового стану сільськогосподарських підприємств за 2011 рік показує, що платоспроможність їх низька. Так, коефіцієнт загальної ліквідності на початок періоду склав 1,58, а на кінець лише 1,5, тобто у підприємств після виплат поточних зобов'язань нема вдосталь оборотних активів для виробничо-фінансової діяльності.

Підприємства мають власні обігові кошти, однак їх не достатньо для формування запасів. Це викликає зниження фінансової стійкості підприємств.

Сучасний стан показників сільського господарства такий, що вони не мотивують виробників до розвитку цього виду бізнесу. Спостерігається неадекватний збільшенню обсягів виробництва рівень прибутковості в сільськогосподарських підприємства. Рівень рентабельності виробництва не підвищився, основний капітал галузі зменшився. Тому в сучасних умовах позиція підприємства визначається не лише його поточним фінансовим станом, але і його потенціалом, тобто здатністю розвиватися у нестабільному високо конкурентному середовищі. Одним із показників, який в найбільшому ступеню відповідає за ефективність діяльності підприємства, на наш погляд є показник рентабельності активів.

Вертикальний та горизонтальний аналіз балансу сільськогосподарських підприємств Одеського регіону за 2011 рік

№ рядка	Стаття балансу	На початок звітної періоду		На кінець звітної періоду		Зміни за звітний період	
		тис. грн.	відсоток до підсумку	тис. грн.	відсоток до підсумку	абсолютні і (+,-) тис. грн. (гр.3-гр.1)	Частка, пункті (гр.4-гр.2)
А	Б	1	2	3	4	5	6
Актив							
1.	Необоротні активи	30731,3	48,2	29193,7	40,2	-1537,6	-8,0
2.	Оборотні активи	32988,0	51,8	43426,0	59,8	+10438	+8,0
3.	Витрати майбутніх періодів	32,0	0,05	29,0	0,04	-3	-0,01
4.	Необоротні активи та групи вибуття	-	-	-	-	-	-
Пасив							
5.	Власний капітал	41760,9	65,5	42537,6	58,6	+776,7	-6,9
6.	Забезпечення наступних витрат і платежів	230,0	0,36	80,0	0,11	-50,0	-0,25
7.	Довгострокові зобов'язання	110,0	0,17	108,0	0,15	-2,0	-0,02
8.	Поточні зобов'язання				39,9	+8173,7	+7,3
9.	Доходи майбутніх періодів	20776,4	32,6	28950,1		+99,0	-0,03
	БАЛАНС	874,0	1,37	973,0	1,34		-
		63751,3	100	72648,7	100	+8897,4	

На прикладі сільськогосподарського підприємства проведемо аналіз впливу факторів фінансової стійкості, платоспроможності, та ділової активності на зміну рентабельності активів з метою інтенсифікації виробничо-фінансових процесів [61].

Аналіз даних таблиці 3 показує, що підприємство успішно розвивало свою виробничо-фінансову діяльність, що підтверджується зростанням рентабельності активів на 8,92 відсоткових пункту і склав 43,08%. Такі зміни були обумовлені, в першу чергу, зростанням рентабельності продажу на 2,7087% відносно попереднього року, що призвело до збільшення рентабельності активів на 14,22%. Крім того, зростання коефіцієнта незалежності на 0,2095, та коефіцієнта покриття на 0,2963 призвело до збільшення рентабельності активів відповідно на 9,26% та 9,82%. Негативно на рентабельність активів вплинула оборотність обігових активів, яка зменшилась на 1,7503, що призвело до скорочення рентабельності на 4,43%. Така ситуація свідчить про те, що додатково залученні кошти до виробничого процесу не супроводжуються адекватним зростанням доходів в вигляді виручки від реалізації.

Зменшення фінансового важеля з одного боку свідчить про те, що використання залучених коштів для підприємства призводить до зростання прибутковості активів, з іншого боку, до зменшення незалежності підприємства від залучених коштів. Підприємство вибрало обережну політику управління структурою капіталу.

Таким чином, наряду зі зростанням таких показників як рентабельність продажу, платоспроможність, та фінансова незалежність підприємству необхідно прискорити оборотність обігових активів за рахунок більш динамічного продажу продукції.

Постійне підтримування таких показників діяльності підприємства на достатньо високому рівні дає змогу бути рентабельним в сучасних умовах.

Проведені дослідження дозволили виділити такі суттєві характеристики фінансового потенціалу сільськогосподарських підприємств – його кількісне значення залежить від обсягу та структури фінансових ресурсів підприємства, а якісна характеристика визначається співвідношеннями між фінансовими ресурсами та джерелами їх формування. Аналіз основних елементів фінансового потенціалу сільськогосподарських підприємств Одеського регіону показав, що нині ще не склалася однозначна та чітка тенденція в його формуванні та використанні. Помітна тенденція зростання кількісних характеристик фінансового потенціалу, однак вона не підкріплена відповідними якісними змінами його елементів.

Сільське господарство в Україні є пріоритетною галуззю економіки. Процес його виходу із затяжної системної кризи проходить повільно і з багатьма ускладненнями. Сільськогосподарські підприємства втратили свою стійкість, здатність підтримувати оптимальну пропорційність у розвитку свого виробництва, адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища. Все це вимагає впровадження відповідної системи підвищення фінансової та

економічної стійкості підприємств як найважливішої складової забезпечення їхньої конкурентоспроможності в процесі реалізації стратегічних цілей розвитку.

Серед нагальних проблем підприємств важливого значення набуває аналіз і оцінка їхнього фінансового стану. Практика довела, що фінансовий стан підприємства значною мірою залежить від виду економічної діяльності та раціонального розміщення ресурсів в основних фондах і оборотних засобах.

Таблиця 3

**Аналіз показників діяльності сільськогосподарського підприємства
Одеського регіону**

Показники	попередній рік	звітний рік	Відхилення (+,-)
1.Чистий прибуток, тис.грн.	1632	2734	+1102
2.Середньорічна вартість активів, тис.грн.	4776,5	6346	+1569,5
3. Середньорічна вартість оборотних активів, тис.грн.	2298	2984	+686
4. Середньорічна вартість власного капіталу, тис.грн.	1548	3386	1838
5.Середньорічна вартість залученого капіталу, тис.грн.	3228,5	2960	-268,5
6.Чистий дохід, тис.грн.	29670	33304	+3634
7. Рентабельність активів, %	34,17	43,08	+8,92
8.Фінансовий важіль	2,0856	0,8742	-1,2114
9. Коефіцієнт фінансової незалежності	0,3241	0,5336	+0,2095
10. Коефіцієнт покриття зобов'язань оборотними активами	0,7118	1,0081	+0,2963
11.Коефіцієнт оборотності обігових активів	12,9112	11,1609	-1,7503
12. Рентабельність продажу, %	5,5005	8,2092	+2,7087

Вагомий внесок у розвиток теорії і методології фінансів аграрного сектора економіки належить українським ученим-економістам П.Т. Саблуку, М.Я. Дем'яненку, В.М. Алексійчуку та іншим, які розглядають проблеми фінансового забезпечення. М.Д. Білик зазначає, що приділяється значна увага фінансовому стану підприємства тому, що він є результатом діяльності, свідчить про досягнення, а також виявляє передумови розвитку підприємств(11,с.117). Н.М.

Давиденко вказує на те, що однією з основних умов стабільного фінансового стану підприємства є надходження коштів, які забезпечують покриття його поточних зобов'язань (62,с.61).

Л.А. Лахтіонова в своїй роботі акцентує увагу на питаннях фінансового аналізу сільськогосподарських підприємств, зокрема, на загальній оцінці фінансового стану, фінансової стійкості, платоспроможності й ліквідності за даними балансу (115,с.32.).

І.А.Воловик розглядає моніторинг показників-індикаторів оцінки фінансового стану сільськогосподарських підприємств (25, с.69-76). Іванютою запропоновано методичні підходи щодо проведення діагностики фінансового стану підприємства при виникненні кризових явищ на різних етапах його життєвого циклу (198, с.107-110.).

Як зазначає Ю. Брігхем, в основі стійкості фінансового стану лежать два взаємозалежних чинника: наявні активи, що забезпечують прибуток, і необхідний обсяг готівки, який створює можливості нових капіталовкладень, і приведуть до збільшення обсягу прибутку та готівки в майбутньому (12, с.669.).

Значення фінансової стійкості особливо зростає в умовах економічної кризи. Для оцінки фінансової стійкості необхідний такий критерій, який би одночасно поєднував у собі інформацію про активи, капітал і фінансові ресурси.

Запропоновані підходи ґрунтуються на принципі інтегрування наступних показників. Для визначення ефективності фінансової діяльності з урахуванням економічного розвитку підприємства Ю.Ф. Брігхемом пропонується використовувати коефіцієнт економічного зростання, який розраховується як твір коефіцієнта рентабельності реалізованої продукції; коефіцієнта фондівіддачі; коефіцієнта заборгованості; коефіцієнта, що відображає частку сплачених дивідендів у прибутку, вкладеному у виробництво.

Розрахунок відображає вплив рівня використання виробничих і фінансових ресурсів на коефіцієнт, що показує зміну рівня економічного розвитку.

Збільшення значення цього показника можливе за рахунок підвищення рентабельності та фондівіддачі й спрямування частини сплачених дивідендів на розширення виробництва тощо.

М. Чумаченко запропонував розраховувати коефіцієнт стабільності економічного зростання як відношення різниці між чистим прибутком і дивідендами, що виплачено акціонерам, до власного капіталу. Він характеризує стабільність одержання прибутку, який залишається в підприємстві для його розвитку та створення резерву.

Фінансова стійкість залежить від забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами. Вона відображає збалансованість засобів і джерел їх формування, доходів та витрат, грошових і товарних потоків, оцінюється на підставі співвідношення власного й залученого капіталів підприємства, темпів накопичення власних засобів у результаті господарської діяльності, співвідношення довгострокових і поточних зобов'язань, забезпеченість матеріальних оборотних засобів власними джерелами.

У фінансовому аналізі існує безліч підходів до методів оцінки фінансового стану підприємства. Розглянемо декілька методів, найбільш відповідні, на наш

погляд, для оцінки фінансового рівня розвитку сільськогосподарського підприємства.

У теорії та практиці фінансового аналізу існують два основних підходи до методів доцільного управління структурою фінансових ресурсів: традиційний і теорія Модільяні-Міллера. Прибічники першої теорії вважають, що ціна фінансових ресурсів залежить від її структури і що цю структуру можна оптимізувати. Під ціною фінансових ресурсів розуміють загальну суму коштів, які потрібно сплатити за використання відповідного обсягу фінансових ресурсів, виражену в відсотках до цього обсягу. (83, с.128.).

Основоположники другого підходу – Модільяні та Міллер стверджують протилежне – ціна фінансових ресурсів не залежить від її структури, отже її не можна оптимізувати. При обґрунтуванні цього методу вони виводять ряд обмежень: наявність ефективного ринку; відсутність податків; однакові величини відсоткових ставок для фізичних та юридичних осіб; раціональна економічна поведінка тощо. В таких умовах ціна фінансових ресурсів завжди вирівнюється поповненням фінансових ресурсів за рахунок кредитів, які надають підприємствам фізичні особи. Підхід Модільяні й Міллера має рацію у випадку, якщо обмеження, які вони запропонували, працюватимуть у країні. Підприємства, якщо вони працюють у різних галузях, мають неоднакові ступені ризику і це може залежати від сезонності виробництва, конкуренції тощо. Тому при управлінні структурою фінансових ресурсів ефективніший традиційний підхід.

Складні умови перехідного періоду виявляють підвищені вимоги до ресурсного забезпечення сільськогосподарських підприємств і передусім фінансового.

Обсяг і структура фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств безпосередньо пов'язані з рівнем розвитку виробництва, його ефективністю.

Велике значення для стійкого фінансового забезпечення підприємства мають власні фінансові ресурси. Чим більша частка власних фінансових ресурсів і менша позикових, тим менший фінансовий ризик. Але як показує практика, ефективність використання позикових фінансових ресурсів вища, ніж ефективність використання власних.

Багаторазові дослідження показали, що з підвищенням частки залучених ресурсів у загальній сумі джерел довгострокових фінансових ресурсів ціна власних фінансових ресурсів підвищується зростаючими темпами, а ціна залучених залишається спочатку практично незмінною, потім також починає зростати. Оскільки ціна залучених фінансових ресурсів у середньому нижча від ціни власних фінансових ресурсів, існуюча структура фінансових ресурсів називається оптимальною, при якій показник має мінімальне значення.

Існує ряд методів, розроблених для оцінки структури фінансових ресурсів і впливу її зміни на ринкову вартість підприємства: максимізація рівня дохідності власних фінансових ресурсів; мінімізація середньозваженої вартості загальних фінансових ресурсів; мінімізація рівня фінансових ризиків.

Ринкова економіка виробила відповідну систему фінансових методів попередньої діагностики і можливого захисту підприємства від банкрутства, що одержала назву «система антикризового фінансового управління».

Суть цієї системи управління полягає в тому, що загроза банкрутства діагностується ще на ранніх стадіях її виникнення, а це дає можливість вчасно застосувати спеціальні фінансові механізми захисту і обґрунтувати необхідність визначення реорганізаційних процедур.

Одним із найважливіших інструментів системи раннього попередження банкрутства підприємств і методом його прогнозування є дискримінантний аналіз, зміст якого полягає в тому, що за допомогою математично-статистичних методів будують функцію та обчислюють інтегральний показник, на підставі якого з достатньою ймовірністю можна передбачити банкрутство суб'єкта господарювання. Одним з розповсюджених методів інтегральної оцінки загрози банкрутства в зарубіжній практиці фінансового менеджменту є «модель Альтмана». Вона являє собою п'ятифакторну модель, у якій факторами виступають показники діагностики загрози банкрутства. Однак слід зазначити, що використання моделі не повною мірою підходять для оцінювання ризику банкрутства наших підприємств. Тому за допомогою кореляційного і багатомірного факторного аналізу встановлено, що найбільшу роль у зміні фінансового стану сільськогосподарських підприємств відіграють такі показники:

X1- частка власного оборотного капіталу у формуванні оборотних активів, коефіцієнт;

X2- оборотний капітал, що припадає на гривну основного;

X3- коефіцієнт оборотності сукупного капіталу;

X4- рентабельність активів підприємства;

X5- коефіцієнт фінансової незалежності.

Дискримінантна факторна модель діагностики ризику банкрутства сільськогосподарських підприємств має таке вираження:

$$Z = 0,111x_1 + 13,239x_2 + 1,676x_3 + 0,515x_4 + 3,80x_5. \quad (1)$$

Константа порівняння – 8. Якщо величина Z-рахунка більше 8, то ризик банкрутства незначний або його немає зовсім. При значенні Z-рахунка менше 8 є ризик банкрутства: від 8 до 5 – невеликий, від 5 до 3 – середній, менше 3 – великий, менше 1 – стовідсоткова неспроможність.

Як комплексний індикатор фінансової стійкості підприємства використовують наступну комбінацію коефіцієнтів:

X1 – коефіцієнт оборотності запасів;

X2 – коефіцієнт поточної ліквідності;

X3 – коефіцієнт структури капіталу (леверидж);

X4 – коефіцієнт рентабельності;

X5 – коефіцієнт ефективності.

Формула для оцінки фінансової стійкості може виглядати так:

$$X = 25y_1 + 25y_2 + 20y_3 + 20y_4 + 10y_5 \quad (2)$$

де усі значення показника для підприємства (x), що вивчається, ділене на нормативне значення цього показника.

Коефіцієнти цього рівняння (25, 25, 20,20,10) виражають питому вагу впливу кожного чинника, запропоновані експертами.

Якщо X рівний 100 і більш, фінансова ситуація на підприємстві може вважатися хорошою, якщо ж менше 100, вона викликає неспокій. Чим сильніше

відхилення від значення 100 в меншу сторону, тим складніше ситуація і тим вірогідніше настання фінансових труднощів [83].

Існує інший метод інтегральної оцінки загрози банкрутства – «коефіцієнт фінансування важколіквідних активів», який використовується у зарубіжній практиці фінансового менеджменту. Імовірність банкрутства дуже низька, коли середня вартість позаоборотних активів та середня сума поточних запасів менше суми власного капіталу. Імовірність можлива, коли сума позаоборотних активів та поточних запасів менше суми власного капіталу та довгострокових банківських кредитів. Висока можливість банкрутства, коли сума поза оборотних активів та поточних запасів менше суми власного, довгострокового і короткострокового капіталу. Дуже висока можливість банкрутства, коли сума поза оборотних активів та поточних запасів більше суми власного капіталу та довгострокових, короткострокових кредитів.

Як діють розглянуті нами індикатори банкрутства, можна на прикладі підприємств Одеського регіону. У таблиці 4 представлені агреговані баланси сільськогосподарських підприємств Одеського регіону [62].

Розрахунки в таблиці 5 показали, що обидва підприємства, згідно запропонованим методикам, фінансово стійкі і у них незначний ризик банкрутства. Проте, використовуючи розрахунки «коефіцієнта важкореалізованих активів», згідно даних таблиці 1, бачимо, що у підприємства ДДТ «Богунівська еліта» не виконується умова, при якій сума основного капіталу і запасів повинна бути менше величини власного капіталу.

Таблиця 4

Агрегований баланс сільськогосподарських підприємств

Актив	ДДТ	СК	Пасив	ДДТ	СК
	Богунівська еліта	Еліта		Богунівська еліта	Еліта
Необоротні активи	6788	512	Власний капітал	8893	981
Оборотні активи, у т.ч.	4445	862	Забезпечення	X	X
Запаси	4174	426	Довгострокові пасиви	X	X
Дебіторська заборгованість	233	434	Короткострокові пасиви	X	100
Грошові кошти та еквіваленти	38	2	Кред.заборгованість	2340	293
Баланс	11233	1374	Баланс	11233	1374
Чистий дохід	5121	1264	Чистий прибуток	372	198

На нашу думку, високе значення коефіцієнта незалежності для сільськогосподарських підприємств, не завжди говорить про їх фінансову

стійкість. Оскільки відсутність позикового капіталу може свідчити про низький ступінь платоспроможності і інвестиційної привабливості.

На наш погляд, для сільськогосподарських підприємств, із запропонованих моделей, найбільш характерні показники маневреності власного капіталу, платоспроможності і рентабельності. При цьому нормативні значення їх повинні бути уточнені з урахуванням специфічних особливостей галузі. Так, для відновлення платоспроможності економісти рекомендують нарощувати оборотні активи підприємства за рахунок результатів господарської діяльності з одночасним збільшенням прибутку. Велику частину оборотних активів у сільськогосподарських підприємств займають запаси. Тому для запобігання виникненню загрози банкрутства підприємствам необхідно спрогнозувати величину виробничих запасів з урахуванням темпів інфляції і розширення обсягів діяльності підприємства. Значення рівня платоспроможності підприємства не впаде, якщо одержаний прибуток покриє не менше половини приросту запасів.

Таблиця 5

Аналіз схильності до банкрутства окремих підприємств Одеського регіону

Дискримі-нантна факторна модель	ДДГ Богунівська еліта	СК Еліта	Комплексний індикатор фінансової стійкості	ДДГ Богунівська еліта	СК Еліта	Норматив і
Частка власного оборотного капіталу у формуванні оборотних активів	0,47	0,54	Коефіцієнт оборотності запасів	1,2	2,96	3,0
Оборотний капітал до основного	0,65	1,68	Коефіцієнт покриття	1,9	2,2	=2
Коефіцієнт оборотності сукупного капіталу	0,46	0,92	Коефіцієнт структури капіталу	3,8	2,5	1,0
Рентабельність активів	3,3	14,4	Коефіцієнт рентабельності	0,03	0,144	0,3
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,79	0,71	Коефіцієнт ефективності	0,07	0,16	0,2
Показник рахунку	12,642	26,6	Показник рахунку	115,25	119,8	X

У ринковій економіці збільшення частки власних фінансових ресурсів не завжди означає поліпшення становища підприємства, можливості швидко реагувати на зміну ділового клімату. Навпаки, використання залучених

фінансових ресурсів свідчить про гнучкість підприємства, його здатність знаходити кредити й повертати, що свідчить про довіру до нього в діловому світі.

Стабільного нормативу співвідношення власних і залучених коштів не існує, бо він не може бути загальним для різних галузей і підприємств. Частка власних й залучених фінансових ресурсів у формуванні активів підприємства і рівень фінансового левериджу залежить від галузевих особливостей. У сільському господарстві, де швидкість обертання капіталу низька, а частка необоротних активів висока, коефіцієнт фінансового левериджу не повинен бути високим.

Залишається проблемою для сільськогосподарських підприємств отримання довгострокових і короткострокових кредитів. Тому особлива увага при загрозі банкрутства повинна приділятися забезпеченню фінансового оздоровлення підприємства за рахунок зовнішньої допомоги.

Таким чином, питання методики діагностики схильності підприємств до банкрутства залишаються недостатньо вивченими і потребують подальшого обґрунтування, при цьому кожна з них може одержати поглиблену диференціацію.

Інвестиції є рушієм розвитку як окремого підприємства, так і всього суспільства. Тому аналіз шляхів приросту капіталу становить вагомий інтерес для дослідників. Особливо гостро постають питання підвищення ефективності в окремих галузях національної економіки. Сучасний стан підприємств сільськогосподарської галузі характеризується значною зношеністю основних засобів, дефіцитом обігових коштів, а в окремих випадках він ускладнюється низькою платоспроможністю. В умовах системної кризи галузі особливої уваги набувають питання можливості глибинних структурних змін у господарській діяльності підприємства. Ці зміни, передусім, залежать від ефективності реалізації інвестиційних проектів. На практиці прийняття рішення про інвестування має суб'єктивний характер, проте для особи, що приймає його завжди важливі об'єктивні критерії, на основі яких визначають ступінь привабливості конкретного інвестиційного проекту.

В наукових дослідженнях висвітлено різні підходи до тлумачення інвестицій як явища, що має багато форм прояву. Проте, якщо такі поняття як інвестиції, інвестиційний проект розглянуто широко, то інвестиційна привабливість, досліджена недостатньо. Здебільшого аналізують інвестиційну привабливість регіону, галузі, підприємства, а не конкретного інвестиційного проекту. Погляд на інвестиційну привабливість визначає методологічну базу її аналізу а, отже, і аргументацію для прийняття інвестиційних рішень.

Центральним моментом всієї процедури експертизи інвестиційного проекту є його фінансовий аналіз. В умовах ризику та кризи довгострокові рішення зумовлюють необхідність нових підходів до їх аналітичного забезпечення. Тому актуальними є питання вдосконалення методик фінансового аналізу, які б враховували особливості діяльності та систему цілей в інвестиційній стратегії підприємства.

Фінансовий аналіз інвестиційних проектів дає можливість оцінити таку їх важливу для прийняття рішень характеристику, як інвестиційна привабливість.

Інвестиційну привабливість можливо визначати як узагальнюючу оцінку умов і результатів реалізації інвестиційного проекту, що формуються під дією зовнішніх і внутрішніх факторів, з позиції їх відповідності критеріям ефективності й безпеки, системі цінностей та пріоритетів інвестора. Умови реалізації проекту включають в себе аспекти, що впливають на її результат: державна політика; стан галузі; ринкова кон'юнктура; організаційно-технічний рівень, фінансовий стан підприємства. Вони визначаються дією залежних і незалежних факторів. У визначенні враховано також індивідуальну систему оцінювання інвестора, як відображення суб'єктивної сторони досліджуваної категорії.

Проведені дослідження засвідчили необхідність групування умов інвестиційної привабливості за ознаками інвестиційного проекту, як цілісного об'єкта аналізу. Такими ознаками є технічна та технологічна життєздатність проекту, політико-економічне, правове, соціокультурне оточення проекту, внутрішнє середовище проекту, зв'язок проекту з екологічним середовищем, комерційна спроможність проекту, значимість для національної економіки, проектні ризики, фінансовий стан об'єкта інвестування, ефективність проекту. При цьому в процесі фінансового аналізу для обґрунтування ефективних управлінських рішень необхідно дослідити переваги, які виникають в результаті реалізації проекту. Оцінка значимості очікуваних наслідків та умов реалізації проекту показала, що найважливішими серед них є: отримання очікуваних доходів, прибутку, рентабельності; збереження (підвищення) фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності; прискорення оборотності оборотних активів; забезпеченість джерелами фінансування; ефективність впровадження проекту, виконання умов його абсолютної (відносної) пріоритетності.

Виходячи з цього, запропоновано проводити фінансовий аналіз інвестиційної привабливості за методиками, які включають деякі групи показників, які характеризують діяльність об'єкта інвестиції. Так, Бланк І.А. пропонує використовувати чотири групи показників. Перша група включає оборотність активів, друга – аналіз прибутковості підприємства, третя – аналіз фінансової стійкості, четверта – аналіз ліквідності [10, с.106-111].

Вергун А.І., запропоновано проводити фінансовий аналіз інвестиційної привабливості за такими напрямками: аналіз оборотності активів, аналіз ліквідності та фінансової стійкості підприємства, аналіз грошових потоків, аналіз рентабельності діяльності, аналіз абсолютної та відносної пріоритетності інвестиційних проектів на основі таких показників оцінки проектів, як витрати, прибутки, рентабельність, період окупності, чиста дисконтована вартість капіталу, внутрішня норма рентабельності [24, с. 5.]

Гуторов О.І., Крамаренко К.М. пропонують параметри визначення інтегральної оцінки інвестиційної привабливості сільськогосподарського підприємства, які враховують такі групи показників: майновий стан, ліквідність, фінансова стійкість, ділова активність, прибутковість, стан та ефективність використання землі в ринкових умовах [33].

Прийняття інвестиційних рішень є результатом поєднання суб'єктивних та об'єктивних чинників. Тому для особи, яка приймає рішення, важливо

отримувати зрозумілу, доречну, достовірну та зіставну інформацію. Для цього, з огляду на складність врахування всіх факторів і непередбачуваність зміни зовнішнього середовища, моделі, що використовуються в аналізі, повинні бути гнучкими. Надто всеохоплюючі, „універсальні” моделі ускладнюють вибір рішення. Необхідний ретельний добір системи показників. Показники, що включаються до моделі повинні мати однонаправлену оптимізаційну спрямованість, а також, відображати однакові аспекти діяльності (реалізації проекту). Сукупність таких моделей для особи, яка приймає рішення, буде зрозумілішою, вона зможе їх доповнити аналізом факторів, що не могли бути включеними до моделі і, таким чином, сформулювати рішення з урахуванням найрізноманітніших аспектів реалізації проекту, яке залежне від досвіду, ступеня поінформованості, пріоритетів. Зарубіжний досвід засвідчує, що в практиці управління інвестиціями знаходять застосування методи з однозначними чіткими критеріями. Найбільш поширеним є використання комбінації методів, в результаті якого утворюється масив інформації, необхідний для прийняття інвестиційних рішень.

Визначено, що фінансовий аналіз, таким чином, утворює базу, систему показників, які будуть об’єднані, синтезовані особою, яка приймає рішення (суб’єктом) разом з іншими критеріями в єдину систему оцінювання, для перевірки їх на відповідність уявленням цього суб’єкта про привабливість інвестиційного проекту.

Ряд методик оцінки й аналізу інвестиційної привабливості суб’єктів господарської діяльності базуються на багатьох окремих або об’єднаних у певні групи показниках за напрямками дії. Сукупність різнопланових показників зводиться до єдиної системи оцінки через визначення одного чи кількох інтегральних показників. Визначення інтегрального показника та його позиціонування за встановленою шкалою дасть змогу інвестору зрозуміти, наскільки інвестиційно привабливим є те чи інше підприємство. Важливим стає також встановлення відносної значимості окремих показників чи їх груп за допомогою методів ранжування або визначення їхньої вагомості.

Пропоновані групи показників інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств, які, на наш погляд, можливо практично застосовувати потенційним інвесторам, не проходячи підготовчого етапу, а тільки використавши дані фінансової та статистичної звітності (таблиця 6).

Таблиця 6

Основні параметри інтегральної оцінки інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств

Групи показників та їхня вагомість, %	Показники у групах	Вагомість показника, %	Нормативне значення та (або) напрям оптимізації
Майновий стан, 15	Коефіцієнт виробничого потенціалу	30	max
	Коефіцієнт зносу основних засобів	30	min
	Коефіцієнт мобільності	20	max
	Коефіцієнт розширення	20	max

A	1	2	3
Ліквідність,15	Коефіцієнт покриття	25	2 – 2,5
	Коефіцієнт швидкої ліквідності	25	=1
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	25	0,25
	Коефіцієнт втрати (відновлення) платоспроможності	25	>=1
Фінансова стійкість,15	Коефіцієнт автономії	20	>0,5
	Коефіцієнт фінансового левериджу	15	<1
	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	15	>0
	Коефіцієнт фінансування	15	<1
	Коефіцієнт забезпечення запасів власними оборотними засобами	20	>=1
	Коефіцієнт інвестування	15	max
Ділова активність,15	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	20	max
	Коефіцієнт оборотності активів	20	max
	Коефіцієнт оборотності запасів	20	max
	Тривалість оборту дебіторської заборгованості	15	min
	Тривалість оборту кредиторської заборгованості	15	min
	Прибутковість,20	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	20
Коефіцієнт рентабельності оборотних активів		20	>0 max
Коефіцієнт рентабельності виробництва		20	>0 max
Коефіцієнт рентабельності продажу		20	>0 max
Коефіцієнт рентабельності активів		20	>0 max
Стан та ефективність використання землі,20		Бал бонітету ґрунту	40
	Співвідношення на 100 га сільськогосподарських угідь:		max
	чистого доходу;	20	max
	виробничих витрат;	20	min
	трудоу витрат	20	min

Зважену бальну оцінку слід трактувати таким чином: від 0 до 39 балів – підприємство інвестиційне непривабливе, вкладення коштів у таке підприємство дуже ризикове; від 40 до 79 балів – підприємство має середній рівень інвестиційною привабливості з відповідним ступенем ризику; від 80 до 100 – підприємство інвестиційне привабливо.

Нами проведена оцінка інвестиційної привабливості двох сільськогосподарських підприємств Одеського регіону: ТОВ «Укрнатурагро» и ТОВ «Агрофірма Дністровська» [62]. Підприємства мають зерно-м'ясо-молочну спеціалізацію. Агрофірма «Дністровська» станом на 1.01.2010 року мала 7073га сільськогосподарських угідь, у тому числі 5750га ріллі, «Укрнатурагро» відповідно 4309га та 4125га. Основні параметри визначення інтегральної оцінки інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств відображені у таблиці 7.

Таблиця 7

Оцінка інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств

Групи показників	Показники у групах	ТОВ «Укрнатурагро»	Тов. «Агрофірма Дністровська»
Майновий стан	Коефіцієнт виробничого потенціалу	0,83	0,82
	Коефіцієнт зносу основних засобів	0,27	0,64
	Коефіцієнт мобільності	0,43	0,53
	Коефіцієнт розширення	0,08	0,3
Ліквідність	Коефіцієнт покриття	7,81	3,34
	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,26	0,09
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,09	0,02
	Коефіцієнт втрати (відновлення) платоспроможності	6,57	4,98
Фінансова стійкість	Коефіцієнт автономії	0,9	0,39
	Коефіцієнт фінансового левериджу	0,1	1,54
	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,22	-0,64
	Коефіцієнт фінансування	9,61	0,64
	Коефіцієнт забезпечення запасів власними оборотними засобами	0,71	-0,76
	Коефіцієнт інвестування	1,29	0,6
Ділова активність	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,41	1,48
	Коефіцієнт оборотності активів	1,22	1,68
	Коефіцієнт оборотності запасів	1,28	1,74
	Тривалість оборту дебіторської заборгованості	10,11	5,47
	Тривалість оборту кредиторської заборгованості	24,29	55,5

Прибутковість	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,04	0,25
	Коефіцієнт рентабельності оборотних активів	0,14	0,28
	Коефіцієнт рентабельності виробництва	0,05	0,14
	Коефіцієнт рентабельності продажу	0,04	0,12
	Коефіцієнт рентабельності активів	0,04	0,09
Стан та ефективність використання землі	Бал бонітету ґрунту	68	78
	Співвідношення на 100 га сільськогосподарських угідь:		
	чистого доходу;	150,26	199,0
	виробничих витрат;	123,83	165,0
	трудових витрат	11,4	10,2

Розрахунки бальної оцінки інвестиційної привабливості підприємств показали, що виробничий та фінансовий стан різняться. Так, за рахунок майнового стану підприємство «Укрнатурагро» отримало 12,75 балів, підприємство «агрофірма Дністровська» - 10,5 балів. Рівень ліквідності вищій також у першого підприємства – 11,25, проти 9 балів у другому. Дуже низька фінансова стійкість агрофірми «Дністровська» - 3,75 балів, проти 15 у «Укрнатурагро». Однак, таке положення не можна признати критичним, тому що агрофірма використовує у своїй діяльності залучений капітал, за рахунок якого підприємство покращило свої показники ділової активності та рентабельності і отримало найвищі бали. Загальна кількість балів поділилася відповідно на 78,25 и 75 балів. Таким чином, незважаючи на деякі розбіжності показників, які характеризують діяльність підприємств, вони відносяться до групи середнього ступеня інвестиційної привабливості.

Показники, які включені до груп охоплюють основні сторони діяльності підприємства, дають характеристику ефективності використання землі, виробничого потенціалу, фінансової стійкості, платоспроможності та ділової активності. Такі розрахунки дозволяють самим підприємствам визначити слабкі та сильні сторони діяльності з метою поліпшення показників, а отже, і своєї інвестиційної привабливості.

Станом на перше січня 2010 року інвестиції в основний капітал Одеського регіону склав 9959 млн. грн., у тому числі у основний капітал сільського господарства вкладено 490 млн. грн., тобто 4,92% від суми усіх вкладень, проти 21,4 % у промисловість.

Прямі іноземні інвестиції в сільське господарство склали станом на 1.01.2010 року 7516,6 тис. дол. США, що дорівнює 0,7% від загальної суми. У промисловості даний показник склав 30,7% до загальної суми прямих іноземних інвестицій. Це свідчить про низький рівень заінтересованості іноземних інвесторів здійснювати вкладення.

Одеська область має значний потенціал сільськогосподарського виробництва, тому збільшення інвестиційних вкладень дозволить покращити свої виробничий та фінансовий стан з метою отримання високих фінансових результатів діяльності.

Основними проблемами інвестиційного процесу в АПК були нестабільність і суперечливість законодавства, які не сприяли зростанню інвестиційної та ділової активності; низька конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції; недостатня розвиненість інфраструктурної мережі забезпечення інвестиційної діяльності; територіальні диспропорції в надходженні інвестиційних ресурсів.

Необхідно якісно змінити модель розвитку аграрного сектора, що передбачає певні перетворення у системі й структурі механізмів державного регулювання розвитку як на центральному, так і місцевому рівнях. Слід розробляти та реалізовувати модель інвестиційно-інноваційну, яка ґрунтуватиметься на максимально можливому залученні інвестицій у галузь і пошуку стратегічних резервів зростання з метою створення умов для пріоритетного розвитку окремих галузей аграрного сектора, а також галузей з найбільш високою вартістю в обсязі виробництва. Вона може включати антикризові заходи для галузей-аутсайдерів; активну державну інвестиційну політику; просування перспективних інвестиційних проектів у галузі, які претендують на «ручний супровід», інвестиції в техніко-технологічні інновації. Основним напрямом розвитку в цій стратегії має бути перетворення сільського господарства з праце місткого на капітало- і наукомісткий сектор економіки.

Господарська діяльність підприємств може бути охарактеризована різними показниками, але основним, при умові дефіциту фінансування підприємства, є аналітичні показники ділової активності. Науково – теоретичні підходи до оцінки ділової активності у науковій літературі різні. Дослідженням проблеми розрахунку і інтерпретації показників ділової активності займалися вітчизняні і зарубіжні вчені В.Бочаров, І.Лазаришина, М.Чумаченко, С.Шкарабан, які підкреслюють методологічні підходи щодо аналізу ділової активності підприємства шляхом узагальнення якісних та кількісних критеріїв.

Кожна складова показників ділової активності доповнює характеристику діяльності підприємства, але особливу увагу привертають на відносні показники – коефіцієнти. Важливою перевагою коефіцієнтів є те, що вони нівелюють вплив інфляції на аналітичні показники, що особливо актуально при оцінці діяльності підприємства в сучасних умовах. Необхідно враховувати, що коефіцієнти не мають універсального значення і можуть розглядатися як орієнтовні індикатори найбільш вигідних місць діяльності підприємства. Відносні показники ділової активності характеризують ефективність використання ресурсів підприємства і дають можливість оцінити фінансовий стан підприємства з позиції швидкості трансформації авансованого капіталу у грошові кошти, достатності виробничого потенціалу, ефективності власного капіталу в умовах скорочення і подорожчання позикового капіталу. При відсутності зовнішніх джерел фінансування, зокрема банківських кредитів, приплив ресурсів може бути забезпечений за рахунок внутрішніх джерел – власного капіталу, але важливим є раціональне та ефективне використання робочого капіталу, а тому при аналізі діяльності

підприємств пріоритетними є показники ділової активності та оборотності активів.

Важливими показниками ефективності використання активів є оборотність активів і зокрема, товарно-матеріальних запасів, які призначені для оцінки відповідності оборотних активів відносно поточного та прогнозного доходу від реалізації.

Збільшення питомої ваги виробничих запасів у структурі активів свідчить про: зростання виробничого потенціалу підприємства; прагнення за рахунок вкладів у виробничі запаси захистити грошові кошти підприємства від знецінення під впливом інфляції; нераціональність обраної господарської стратегії, внаслідок чого значна частина поточних активів іммобілізована в запасах, ліквідність яких може бути незначною. Зростання запасів, характерне в умовах інфляції, потребує залучення кредитів, що, в свою чергу, може вплинути, враховуючи високі кредитні ставки, на платоспроможність підприємства. При цьому абсолютне чи відносне зростання оборотних активів може свідчити не тільки про розширення виробництва або дію факторів інфляції, але й про уповільнення їх обороту.

При аналізі ділової активності в умовах обмеженості джерел фінансування доречно визначити показник робочого капіталу, як різницю між оборотними активами підприємства та поточними зобов'язаннями. Визначена сума робочого капіталу свідчить, що підприємство має фінансові ресурси для розширення діяльності.

У працях закордонних і вітчизняних науковців подані алгоритми розрахунку показників ділової активності, які ґрунтуються на використанні даних балансу та звіту про фінансові результати і дають лише наближені значення відповідних показників. Розрахунок показників ділової активності на основі даних фінансової звітності передбачає отримання середніх залишків відповідних активів не на основі динамічного ряду, а на основі балансових залишків активів на початок та кінець періоду. При аналізі ділової активності слід використовувати для розрахунків оборотності дебіторської заборгованості показник виручки від реалізації, а собівартість реалізованої продукції – для розрахунку оборотності готової продукції. Потребує уточнення розрахунок оборотності виробничих запасів, незавершеного виробництва та коштів у розрахунках із постачальниками на основі собівартості реалізованої продукції, особливо в ситуаціях нарощування виробничих запасів і незавершеного виробництва.

Грошові кошти підприємства в процесі безперервного кругообігу утворюють виробничий, операційний і фінансовий цикли, трансформуючись у різні форми оборотних активів. На першому етапі вони авансуються у виробничі запаси підприємства, які згодом трансформуються в готову продукцію, вартість якої порівняно з виробничими запасами збільшується на витрати, що були понесені в процесі виробництва. Період, починаючи з оприбуткування виробничих запасів на склад і закінчуючи моментом відвантаження готової продукції, називається виробничим циклом підприємства.

Проміжним етапом на шляху авансування виробничих запасів є формування коштів у розрахунках з постачальниками. Коли підприємство має

відстрочку платежу за умовами контрактів, кошти в розрахунках з постачальниками набувають від'ємного значення і певна частина запасів формується за рахунок комерційного кредиту, тобто за рахунок оборотних коштів постачальників. Підприємство відволікає частину своїх оборотних коштів на формування дебіторської заборгованості постачальників, тобто кредитує їх, коли виробничі запаси купуються на умовах попередньої оплати. Коли розрахунки відбуваються в день поставки, оборотний капітал у формі розрахунків з постачальниками набуває нульового значення.

Виробничий цикл, скоригований на тривалість обороту коштів у розрахунках з покупцями, формують операційний цикл підприємства. Операційний цикл, скорегований на тривалість обороту коштів у розрахунках з постачальниками, - це фінансовий цикл підприємства.

Фінансовий цикл – це період повного обороту грошових коштів підприємства, який починається з моменту оплати рахунків у постачальників за поставлені виробничі запаси і закінчується отриманням коштів за реалізовану продукцію, що виготовлена із зазначених виробничих запасів. Тривалість фінансового циклу є важливим інтегральним показником ділової активності та ефективності управління оборотними активами підприємства і залежить від оборотності запасів, коштів у розрахунках з постачальниками та покупцями.

Показники тривалості виробничого, операційного та фінансового циклів мають такі алгоритми розрахунку:

$$\text{ТВЦ} = \text{Повз} + \text{Понзв} + \text{Погп} \quad (3)$$

$$\text{ТОЦ} = \text{ТВЦ} + \text{Попок} \quad (4)$$

$$\text{ТФЦ} = \text{ТОЦ} + \text{Попост} \quad (5)$$

де ТВЦ, ТОЦ, ТФЦ – тривалість виробничого, операційного, фінансового циклів відповідно; Повз, Понзв, Погп – періоди обороту виробничих запасів, незавершеного виробництва та готової продукції відповідно; Попок, Попост – тривалість перебування грошових коштів у формі розрахунків з покупцями та з постачальниками відповідно.

Залежно від оборотності різних складових оборотних активів, фінансовий цикл підприємства може набути різних значень. У випадку додатного значення коштів у розрахунках із постачальниками і покупцями підприємство має тривалий додатковий фінансовий цикл і відволікає значні кошти для фінансування запасів, а також своїх постачальників і покупців.

Фінансовий цикл скорочується, коли розрахунки набувають від'ємного значення, зменшується й потреба у відволіканні власних і кредитних коштів на формування оборотних активів. Підприємство частково фінансується за рахунок своїх постачальників чи покупців і може погасити частину кредиту, але шукати шляхи розміщення вивільнених власних коштів.

Коли від'ємні значення коштів у розрахунках перевищують додатну суму інших складових оборотних активів, тоді весь операційний оборотний капітал підприємства фінансується за рахунок постачальників чи покупців підприємства і фінансовий цикл набуває від'ємного значення. Наведена ситуація є ідеальною для будь-якого суб'єкта господарської діяльності, оскільки в цьому випадку не потрібно відволікати власні чи кредитні грошові кошти на формування оборотних активів – вони формуються за рахунок контрагентів підприємства.

Матриця оцінки тривалості фінансового циклу наведена в таблиці 8. Тривалість фінансового циклу є нормальною в будь-якій з наведених ситуацій за умов дотримання встановлених нормативів оборотності запасів і недопущення порушення договірних умов з постачальниками та покупцями. Нормативи та умови розрахунків встановлюються з урахуванням територіальних, галузевих, технологічних та інших особливостей діяльності підприємства.

Таким чином, методика розрахунку й оцінки показників ділової активності підприємства потребує подальшого розвитку й удосконалення. Розрахунок оборотності активів повинен ґрунтуватися не тільки на основі даних фінансової звітності, а й з використанням деталізованих даних про середньоденні та середньомісячні залишки та рух кожного з видів активів.

Тривалість фінансового циклу є надзвичайно важливим інструментом діагностики фінансового стану та управління грошовими потоками лише у випадку аналізу динаміки цього показника за періоди та для порівняння його з нормативом з урахуванням особливостей галузі та умов виробничо-фінансової діяльності підприємства.

До основних напрямків розвитку фінансової стабільності аграрного виробництва можна віднести активізацію державної аграрної політики та її фінансової складової; стимулювання концентрації аграрного виробництва; формування і розвиток спеціалізованої фінансової інфраструктури, орієнтованої на обслуговування підприємств галузі; розвиток й удосконалення системи аналітичного управління фінансами підприємств.

Аналіз структурних трансформацій аграрної сфери України в розрізі її основних видів показує наявність значних диспропорцій, що ставить під загрозу можливість досягнення нею цілей сталого розвитку й паритетної інтеграції в світове господарство. Отже, забезпеченість розвитку агропромислового виробництва визначається багатьма факторами і повинна відповідати певним вимогам: забезпечення достатнього рівня економічних ресурсів, оскільки від цього залежить платоспроможність аграрних підприємств за фінансовими зобов'язаннями; досягнення мінімізації втрат економічних ресурсів у процесі їх використання в умовах інфляції; здійснення раціонального розміщення економічних ресурсів між сферами їх функціонування за рахунок скорочення частки неякісної дебіторської заборгованості тощо.

Проведення аналізу потреби виробничо-фінансових ресурсів для розвитку агропромислового виробництва сприяє здійсненню контролю за їх раціональним використанням та уникненню застосування необґрунтованих економічних нормативів, що розглядаються при плануванні.

Основним завданням аналізу є виявлення зовнішніх і внутрішніх чинників та інтенсивності їхнього впливу на ефективність процесу забезпечення розвитку агропромислового виробництва, розробка стратегії подальшого розвитку. Відповідно до результатів і висновків аналізу обираються остаточні методи забезпечення розвитку агропромислових підприємств, які найбільше відповідають існуючому стану та потенціалу виробництва, ринковим можливостям і впливу зовнішнього середовища, здійснюється оцінка використання позитивної дії чинників, ефективності обмеження негативного їхнього впливу, розробляються необхідні заходи.

Матриця оцінки тривалості фінансового циклу підприємства

Тривалість фінансового циклу	Характеристика ситуації	Рекомендовані заходи
ТФЦ > 0 ПОпост > 0 ПОпок > 0	Підприємство за рахунок власних і кредитних коштів фінансує запаси, а також своїх покупців і постачальників.	Контроль за дотриманням нормативів оборотності запасів та умов розрахунків із контрагентами. Пошук шляхів скорочення фінансового циклу.
ТФЦ > 0 ПОпост < 0 ПОпок > 0	Підприємство за рахунок власних і кредитних коштів фінансує запаси, а також своїх покупців. Частина оборотних активів фінансується за рахунок постачальників.	Контроль за дотриманням нормативів оборотності запасів та умов розрахунків із покупцями. Недопущення виникнення простроченої кредиторської заборгованості.
ТФЦ > 0 ПОпост > 0 ПОпок < 0	Підприємство за рахунок власних і кредитних коштів фінансує запаси, а також постачальників. Частина оборотних активів фінансується за рахунок покупців.	Контроль за дотриманням нормативів оборотності запасів та умов розрахунків із постачальниками. Контроль своєчасності виконання замовлень покупців.
ТФЦ > 0 ПОпост < 0 ПОпок < 0	Підприємство за рахунок власних і кредитних коштів фінансує запаси. Частина оборотних активів фінансується за рахунок постачальників і покупців.	Контроль за дотриманням нормативів оборотності запасів. Недопущення виникнення простроченої кредиторської заборгованості. Контроль за своєчасним виконанням замовлень.
ТФЦ = 0 ПОпост < 0 ПОпок > 0	Підприємство за рахунок постачальників фінансує запаси, а також своїх покупців. Власні та кредитні кошти не авансуються в оборотні активи.	Контроль за дотриманням нормативів оборотності запасів та умов розрахунків із покупцями. Недопущення прострочення кредиторської заборгованості. Збереження ситуації, пошук шляхів інвестування власних коштів.
ТФЦ = 0 ПОпост > 0 ПОпок < 0	Підприємство за рахунок покупців фінансує запаси, а також постачальників. Власні та кредитні кошти не авансуються в оборотні активи.	Контроль за дотриманням нормативів оборотності запасів та умов розрахунків із постачальниками. Контроль за своєчасним виконанням замовлень покупців. Збереження ситуації, пошук шляхів інвестування власних коштів.
ТФЦ = 0 ПОпост < 0 ПОпок < 0	Підприємство за рахунок контрагентів фінансує запаси. Власні та кредитні кошти не авансуються в оборотні активи.	Контроль за дотриманням нормативів оборотності запасів. Недопущення виникнення простроченої кредиторської заборгованості. Контроль за своєчасним виконанням замовлень покупців. Збереження ситуації, пошук шляхів інвестування власних коштів.
ТФЦ < 0 ПОпост < 0 ПОпок > 0	Підприємство за рахунок постачальників фінансує запаси, а також своїх покупців. Власні та кредитні кошти не авансуються в оборотні активи. За рахунок постачальників формується вільний залишок грошових коштів.	Контроль за дотриманням нормативів оборотності запасів та умов розрахунків із покупцями. Недопущення виникнення простроченої кредиторської заборгованості. Збереження ситуації, пошук шляхів інвестування власних і надлишкових коштів постачальників.
ТФЦ < 0 ПОпост > 0 ПОпок < 0	Підприємство за рахунок покупців фінансує запаси, а також своїх постачальників. Власні та кредитні кошти не авансуються в оборотні активи. За рахунок покупців формується вільний залишок грошових коштів.	Контроль за дотриманням нормативів оборотності запасів та умов розрахунків із постачальниками. Контроль за своєчасним виконанням замовлень покупців. Збереження ситуації, пошук шляхів інвестування власних і надлишкових коштів покупців.
ТФЦ < 0 ПОпост < 0 ПОпок < 0	Підприємство за рахунок контрагентів фінансує запаси. Власні та кредитні кошти не авансуються в оборотні активи. За рахунок постачальників і покупців формується вільний залишок грошових коштів.	Контроль за дотриманням нормативів оборотності запасів. Недопущення виникнення простроченої кредиторської заборгованості. Контроль за своєчасним виконанням замовлень покупців. Збереження ситуації, пошук шляхів інвестування власних і надлишкових коштів постачальників і покупців.

3. Особливості комплексного аналізу торговельних підприємств.

3.1. Проблемні питання аналізу показників діяльності торговельних підприємств.

Для підвищення ефективності діяльності торговельних підприємств є необхідним подальше вдосконалення методики їх економічного аналізу як основного інструменту пошуку додаткових резервів підвищення обсягів товарообороту, поповнення фінансових ресурсів, покращення рівня рентабельності, фінансової стійкості, ліквідності та кредитоспроможності, інвестиційної привабливості та якості управління.

Особливістю діяльності торговельних підприємств в Україні, в тому числі і тих, що займаються оптовою реалізацією товарів, окрім відомих недоліків та проблем, властивих стану перехідної економіки, є відсутність рівних ринкових умов для усіх підприємств торгівлі, що насамперед проявляється у відсутності чесної, цивілізованої конкуренції. Базою цього явища є застосування багатьма торговельними підприємствами незаконних, тіньових схем діяльності, і, насамперед, при ввезенні імпортованих товарів на митну територію нашої держави (контрабанда, неповна сплата податків і зборів при розмитненні товарів за рахунок заниження їх митної вартості та інше). Усе це ставить різні торговельні підприємства у нерівні умови, приводить до нечесної цінової конкуренції, погіршує обсяги реалізації, фінансові результати та фінансове становище торговельних підприємств, які працюють у рамках діючого законодавства, тому що вони мають значно більше податкове навантаження.

Все вищезначене в повній мірі відноситься також і до підприємств, що займаються оптовою торгівлею товарами медичного призначення, які є об'єктом нашого дослідження. Крім цього, цим підприємствам притаманні специфічні особливості, пов'язані з тим, що реалізацію своїх товарів ці підприємства здійснюють здебільшого державним медичним установам, які, в свою чергу, розраховуються за придбані товари за рахунок державних коштів. Це обумовлює необхідність постійної участі підприємств оптової торгівлі товарами медичного призначення у тендерних торгах, процедура проведення яких регулюється часто змінюваними та недосконалими нормами закону України від 01.06.2010 року №2289-VI «Про здійснення державних закупівель».

Крім цього, як на етапі участі у тендерних торгах, так і в період виконання договорів на постачання товарів, укладеними з переможцями торгів, підприємства повинні додержуватися вимог низки постанов Кабінету міністрів України, які регулюють рівень відпускних цін на лікарські засоби та товари медичного призначення, а саме:

постанови КМУ від 17.10.2008р. №955 «Про заходи щодо стабілізації цін на лікарські засоби і вироби медичного призначення»;

постанови КМУ від 15.03.2009р. №333 «Деякі питання державного регулювання цін на лікарські засоби і вироби медичного призначення»;

постанови КМУ від 08.08.2011р. №932 «Про удосконалення державного регулювання цін на лікарські засоби та вироби медичного призначення, що закупаються за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів»; та багатьох інших.

Слід відзначити, що всі наведені законодавчі та нормативно-регулятивні документи містять в собі багато суперечностей як між собою, так і з іншими правовими документами. Все це ставить підприємства оптової торгівлі товарами медичного призначення в набагато більш жорсткі та складні умови ведення їх господарсько-фінансової діяльності у порівнянні з іншими підприємствами оптової торгівлі, які знаходять свій прояв у більш значній ціновій конкуренції у межах дозволених державою націнок, що в свою чергу обумовлює необхідність постійного контролю та аналізу усіх факторів, які формують кінцевий фінансовий результат діяльності цих підприємств, насамперед таких, як обсяг реалізації товарів, рівень витрат діяльності та багатьох інших.

Таким чином, для поліпшення фінансових результатів діяльності торговельних підприємств, оптимізації обсягів, складу та структури їх капіталу та грошових потоків є необхідним подальше вдосконалення методики аналізу фінансових результатів та інших показників торговельної діяльності як основного інструменту пошуку додаткових резервів поповнення фінансових ресурсів, підвищення рівня фінансової стійкості, ліквідності та конкурентоспроможності.

Проблемам аналізу фінансово-господарської діяльності торговельних підприємств присвячені праці як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-економістів, таких, як М.І. Баканов, А.Д. Шеремет, Б.В. Гринів, М.С. Абрютіна, Л.І. Кравченко, М.Р. Ковбасюк, Л.М. Чернелевський та інші. В них розглянуті різні аналітичні аспекти діяльності торговельних підприємств, у тому числі і аналізу фінансових результатів, фінансової та торговельної діяльності та фінансового стану торговельних підприємств.

Однак при вивченні цих методик аналізу зарубіжних авторів слід мати на увазі, що вони передбачають дослідження результатів діяльності підприємств інших країн, з урахуванням і у відповідності до діючих в них нормативно-законодавчих баз. Таким чином, вони не враховують особливості діяльності українських торговельних підприємств. При цьому слід визначити, що особливості діяльності підприємств оптової торгівлі товарами медичного призначення як в роботах вітчизняних, так і зарубіжних аналітиків взагалі майже не розглядаються.

Окрім вищезначеного недоліку зарубіжних досліджень, слід підкреслити те, що методики, наведені як в цих роботах, так і в роботах вітчизняних вчених-економістів, носять спрощений, занадто загальний характер. З цієї причини є необхідним проведення роботи по вдосконаленню існуючих методик, особливо у напрямках їх деталізації, урахування особливостей діяльності вітчизняних торговельних підприємств. Багато невирішених проблем існує також в обліку та плануванні основних показників діяльності торговельних підприємств, які викривляють їх реальне фінансове положення

та приводять до помилок в стратегії та тактиці управління ефективністю їх діяльності.

Метою дослідження є вивчення існуючої практики аналізу, обліку та планування основних показників діяльності українських підприємств оптової торгівлі товарами медичного призначення та розробка рекомендацій по їх поліпшенню та оптимізації на цій основі грошових потоків та рівня оподаткування.

Слід зазначити, що якщо на промислових підприємствах валовий прибуток – це різниця між чистим доходом від реалізації продукції і собівартістю (виробничою) реалізованої продукції і його відношення до чистого доходу від реалізації показує рівень, до якого підприємство може збільшити прибуток, знижуючи накладні витрати, то в торговельних підприємствах валовий прибуток – це різниця між чистим доходом (виручкою) від реалізації товарів (тобто обсягом товарообороту) і собівартістю (закупівельною) вартістю реалізованих товарів. Іншими словами валовий прибуток торговельного підприємства це загальна сума отриманої торговельної націнки, а її відношення до товарообороту показує середній відсоток націнки торговельного підприємства за звітний період. З цієї причини у роботах вітчизняних вчених-аналітиків торговельних підприємств Ковбасюка М.Р., Кравченко Л.І., Чернелевського Л.М. проводиться дослідження зміни валового прибутку під впливом двох факторів:

1. зміни обсягу товарообороту
2. зміни рівня торговельної націнки .

Таким чином, у працях вітчизняних вчених-аналітиків розглядається спрощена двофакторна модель впливу чинників на валовий прибуток підприємства.

Зарубіжні автори при дослідженні валового прибутку використовують більш деталізований підхід, що, на наш погляд, дозволяє повніше вивчити причини зміни цього базового показника оцінки прибутковості торговельних підприємств.

Так, в роботі Кравченка Л.І. відзначено, що вивчення тільки показника валової прибутковості лише по обсягу роздрібного чи оптового товарообороту є недостатнім і при цьому зовсім не враховуються структурні зрушення товарообороту, які мають значний вплив на фінансові результати. Реалізація деяких товарів забезпечує підвищену прибутковість, а інших, навпаки, завершується збитком.

Пошук напрямків вдосконалення аналізу показників діяльності підприємств оптової торгівлі нами було проведено на основі вивчення даних діяльності ТОВ «ТТВ-ДОМ» ЛТД, яке більш ніж 10 років поставляє в медичні заклади України обладнання та витратні матеріали для проведення гемодіалізу від провідного світового виробника цієї продукції – німецької фірми «Фрезеніус», якій належать більш ніж 50% загального світового ринку у цій сфері. Аналогічні тенденції мають місце і в Україні. На сьогоднішній день в Україні близько 17000 хворих на хронічну ниркову недостатність, але у зв'язку з відсутністю достатнього бюджетного фінансування, лікування у відділеннях

гемодіалізу проходять лише менш ніж 20% хворих, 50% використовуємого для цього обладнання є застарілим. Загальна кількість хворих при цьому зростає, на жаль, кожен рік близько на 11%. Таким чином, стислий аналіз діалізного ринку України свідчить про значні перспективи розширення масштабів діяльності підприємств, які спеціалізуються у цій сфері бізнесу.

Нами було проведено аналіз загальної динаміки основних показників діяльності досліджуваного підприємства за період 2008-2011 років.

Таблиця 1

**Аналіз динаміки основних показників діяльності ТОВ «ГТВ-ДОМ»
ЛТД
за 2008-2011 роки**

Показники	2008р	2009р	2010р	2011р (план)	2012 р	Відхилення (тис.грн)				
						2009р - 2008р	2010р - 2009р	2011 р - 2010 р	2011р - 2008р	2012р - 2011р
1.Обсяг товаро-обороту (чистий дохід), тис.грн.	10250,4	11973,0	20361,4	19854,4	34500	+1722,6	+8338,4	-507,0	+9604,0	+14645,6
2.Собівартість (закупівель на вартість) реалізованих товарів, тис.грн.	7101,2	10490,8	15456,9	16982,7	30400	+3389,6	+4966,1	+1525,8	+9881,5	+13417,3
3.Валовий прибуток, тис грн. (ряд.1-ряд.2)	3149,2	1482,2	4904,5	2871,7	4100	-1667,0	+3422,3	-2032,8	-277,5	+1228,3
4.Середній відсоток торговельної націнки,% (ряд.3/ряд.) x 100	30,72	12,38	24,09	14,46	11,88	-18,34	+11,71	-9,63	-16,26	-2,58
5.Чистий прибуток (збиток), тис.грн.	-0,6	-	750,9	495,1	900,0	+0,6	+750,9	-255,8	+495,7	+404,9

Наведені розрахунки свідчать про те, що обсяг реалізації товарів на досліджувальному підприємстві, за винятком незначного падіння у 2011 році у порівнянні з 2010 роком, має стійку тенденцію до зростання, а за весь період

часу зріс майже в 2 рази, а згідно плановому завданню на 2012 рік передбачено його зростання в порівнянні з 2008 роком у 3,4 рази, а проти 2011 року – у 1,7 рази. Коливання одержаного валового прибутку (загальної суми торговельної націнки) за цей період часу були більш значними і мали тенденцію до зростання тільки у 2010 році у порівнянні з 2009 роком та передбаченого планом на 2012 рік його збільшення на 1228,3 тис грн. проти 2011 року, які повністю пояснюються відповідними коливаннями середнього відсотку торговельної націнки і тільки планом на 2012 рік передбачається його зростання за рахунок суттєвого збільшення обсягів реалізації товарів. Позитивно слід оцінити те, що починаючи з 2010 року підприємство отримує значні суми чистого прибутку.

Таким чином, результати аналізу основних показників діяльності ТОВ «ТТВ-ДОМ» ЛТД свідчать про те, що головним чинником, який негативно вплинув на розмір отриманого валового прибутку, є зміна рівня середнього відсотку торговельної націнки, а стратегічним шляхом його збільшення є зростання обсягу товарообороту. Суттєвий вплив на суму валового прибутку та його постійні коливання, рівня середнього відсотку торговельної націнки пояснюється необхідністю додержання вимог вищеперелічених постанов КМУ щодо регулювання рівня націнок на лікарські засоби та товари медичного призначення у розмірі 10% від закупівельної їх вартості. Оскільки досліджуване підприємство реалізує не тільки товари медичного призначення, а також і товари, які відносяться до медичної техніки, які не підпадають під необхідність жорсткого обмеження рівня торговельної націнки, то за рахунок цього чинника у підприємства є можливість хоча б частково знівелювати не достатньо рентабельний продаж товарів медичного призначення. Крім цього підприємство може покращити свої фінансові результати за рахунок збільшення продажу товарів приватним медичним центрам через те, що на продаж товарів цим комерційним структурам вимога щодо обмеження рівня торговельної націнки не розповсюджується. З цієї причини уявляється доцільним провести більш детальний аналіз структури реалізації товарів з метою вивчення впливу збуту окремих груп товарів на отримані фінансові результати.

Таблиця 2

Аналіз структури реалізації товарів та її впливу на результати діяльності підприємства

Показники	2010р	2011р	Відхилення (+,-)
1. Обсяг товарообороту (чистий дохід) всього, тис грн.	20361,4	19854,4	-507,0
-у тому числі:	6108,4	6552,0	+443,6
1.1. Обсяг реалізації виробів медичного призначення, тис грн..			
-у % до ряд.1	30,0	33,0	+3,0
1.2. Обсяг реалізації медичної техніки, тис грн.	13845,7	12889,6	-956,1

-у % до ряд.1 1.3. Обсяг реалізації виробів медичного призначення та медичної техніки недержавними установами, тис грн.	68,0 407,3	64,9 412,8	-3,1 +5,5
-у % до ряд.1 2. Валовий прибуток, всього, тис грн.	2,0 4904,5	2,1 2871,7	+0,1 -2032,8
-у тому числі по групам товарів: 2.1. Вироби медичного призначення, тис грн.	549,7	589,6	+39,9
-у % до ряд.2 2.2. Медична техніка, тис грн.	11,2 4220,3	20,5 2137,5	+9,3 -2082,8
-у % до ряд.2 2.3. Товари, реалізовані недержавним установам, тис грн.	86,0 134,5	74,4 144,6	-11,6 +10,1
-у % до ряд.2 3. Середній відсоток торговельної націнки, всього, % (ряд.2/ряд.1) у тому числі:	2,8 24,09	5,1 14,46	+2,3 -9,63
3.1. Вироби медичного призначення, % (ряд.2.1./ряд.1.1.)x100	9,0	9,0	-
3.2. Медична техніка, % (ряд.2.2./ряд.1.2.)x100	30,48	16,58	-13,9
3.3. Товари, реалізовані недержавним установам, % (ряд.2.3./ряд.1.3.)x100	33,02	35,03	+2,01

Таким чином, з наведених даних видно, що у структурі реалізації товарів як у 2011 році, так і в 2010 році найбільшу питому вагу займали вироби медичної техніки, хоча й мало місце її зниження на 3,1%, а питома вага виробів медичного призначення в загальному обсязі реалізації відповідно збільшилася на 3,0%. Оскільки рівень націнки по цій групі товарів є незмінним, через те, що він обмежується державою 10%, до закупівельної вартості товарів, збільшення валового прибутку по цим товарам на 39,9 тис грн. повністю забезпечено зростанням обсягу їх продажу на 443,6 тис грн.. ((443,6 тис грн. x 9%)/100). Одночасно з цим, валовий прибуток від продажу медичної техніки зменшився дуже суттєво – на 2082,8 тис грн., що сталося як через зменшення обсягу їх збуту – на 291,4 тис грн..((-956,1 тис грн. x 30,48%)/100), так і через суттєвого зниження середнього відсотку націнки по цієї групі товарів на 13,9%, що знизило валовий прибуток на 1791,4 тис грн. ((13,9% x 12889,6 тис грн.)/100). Незважаючи на те, що рівень націнки на медичну техніку не обмежується державою, ТОВ «ТТВ-ДОМ» ЛТД через підвищення рівня конкуренції на ринку товарів для гемодіалізу в Україні усвідомлено пішло на зниження націнки на ці товари з 30,48% у 2010 році до 16,58% у 2011 році, тобто на 13,9%. На нашу думку, саме за рахунок як підвищення обсягу товарообороту медичної техніки, так і обміркованої цінової політики при формування обґрунтованих продажних цін по ним, досліджуване підприємство має суттєві резерви збільшення валового прибутку. Те ж саме відноситься й до товарів які продаються недержавним комерційним структурам, хоча підприємство по цій товарам за аналізований період досягло позитивних тенденцій.

Інші автори також відзначають необхідність визначення впливу на валовий прибуток торговельних підприємств об'ємно-структурного чинника. Крім цього підкреслюється необхідність визначення впливу на обсяг валового прибутку фактора підвищення роздрібних (оптових) цін на товари, тобто такого важливого чинника як інфляція. При цьому слід відзначити, що інфляція безпосередньо впливає як на обсяг виручки від продажу товарів, так і на витрати на придбання (закупівлю) товарів, а також на матеріальні та інші елементи та оплату послуг в складі витрат торговельного підприємства. З одного боку, інфляція збільшує грошову виручку, а з другого – поглинає грошові кошти будь-якої торговельної фірми.

Таким чином, при визначенні причин зміни обсягу валового прибутку вітчизняних торговельних підприємств, на наш погляд, слід окрім впливу чинників зміни обсягу товарообороту та зміни рівня торговельної націнки, розраховувати також вплив зміни структури реалізації та зміни (підвищення) цін (інфляції).

Однак, якщо такий аналіз проводити за даними ф.2 «Звіт про фінансові результати», то при розрахунку впливу вищезначених чинників на валовий прибуток вплив такого чинника, як інфляція, не враховується. В рівній мірі це відноситься як до аналізу валового прибутку за звітні періоди, так і оперативного аналізу за більш короткі відрізки часу, чи валового прибутку, отриманого від продажу окремих партій товарів. Вплив чинника інфляції може бути визначено за допомогою запропонованої методики за даними дослідженого підприємства оптової торгівлі на прикладі даних про продаж окремої партії товарів, яка була ввезена на митну територію України у червні з відстрочкою платежу, а реалізована та оплачена покупцями впродовж червня-серпня, тобто операційний цикл по даній партії товару охоплює два податкових періоди часу і відповідна інформація у бухгалтерській та податковій звітності розривається на дві частини, що не дає повної інформації для аналізу ефективності саме цієї операції. Але такий аналіз стає можливим завдяки наявності на підприємстві кількісно-сумового обліку руху товарів.

Так, згідно вантажній митній декларації закупівельна вартість дослідженої партії товару склала 2.441.708,44 грн. (при його валютній вартості 227.335,28 євро та курсі НБУ на дату розмитнення 10,740561 грн. за 1 євро). Загальна продажна вартість товару склала 2.731.117 грн. (без ПДВ). Таким чином, якщо розраховувати загальну суму отриманої підприємством торговельної націнки (валового прибутку) по методиці складання ф.2, то отримуємо наступний результат: 2.731.117 грн. – 2.441.708,44 грн. = + 289.408,56 грн., а процент торговельної націнки по відношенню то товарообігу (чистого доходу) – $(289.408,56 : 2.731.117) \times 100 = + 10,60 \%$.

Для розрахунків за отриманий товар підприємство купувало євро на УМВБ по мірі надходження платежів у гривнях від покупців. Загальні витрати на придбання валютних коштів склали 2.718.929,95 грн. (227.335,28 євро x 11,96 грн. (середній курс придбання євро)). Тобто, реальна торговельна націнка (валовий прибуток), очищений від впливу інфляції (обезцінення гривні по відношенню до євро, та суттєвих розбіжностей між курсами НБУ та УМВБ)

складає: $2.731.117 \text{ грн.} - 2.718.929,95 \text{ грн.} = + 12.187,75 \text{ грн.}$, а реальний процент торговельної націнки по відношенню до чистого доходу: $(12.187,85 \text{ грн.} : 2.731.117 \text{ грн.}) \times 100 = 0,45\%$. Вплив на валовий прибуток чинника «інфляція» при цьому дорівнює: $10,60\% - 0,45\% = 10,15\%$ або у грошовому виразі: $289.408,56 \text{ грн.} - 12.187,75 \text{ грн.} = 277.220,8 \text{ грн.}$, або: $(2.731.117 \text{ грн.} \times 10,15\%) : 100 = 227.220,8 \text{ грн.}$

Таким чином, реальна торговельна націнка (валовий прибуток) підприємства складає не 289.408,56 грн. (за методикою заповнення ф.2), а тільки 12.187,75 грн. і тільки ця сума грошових коштів є у розпорядженні підприємства і з неї воно повинно сплачувати усі свої витрати діяльності та планувати свої грошові потоки. Все вищезначене повністю стосується і методики аналізу прибутку від основної (тобто торговельної) операційної діяльності підприємства. Використання запропонованого підходу очищення фінансових результатів дає можливість аналізувати реальні, а не «папірні» відповідні показники, суттєво підвищує ефективність оперативного аналізу та прийняття відповідних управлінських рішень.

При інших рівних умовах невикористання в практиці роботи торговельних (рівно як і будь-яких підприємств-імпортерів) наданих в цій роботі рекомендацій приводить до надмірного податкового навантаження цих підприємств та спотворюванню їх грошових потоків та фінансових результатів. Так, з розглянутого нами приклада видно, що неврахування впливу чинника «інфляція» привело до завищення суми прибутку на 277.220,8 грн. і як наслідок цього – до збільшення податку на прибуток на 58216,4 грн. $((277.220,8 \text{ грн.} \times 21\%) : 100)$.

З аналізу валового прибутку досліджуваного підприємства за двофакторною моделлю за даними таблиці 2 видно, що його результати носять занадто загальний та поверхневий характер та вони приховують дійсний стан роботи підприємства, не відображають вплив інших чинників, впливаючих на рівень його прибутковості. У зв'язку з цим нами зроблена спроба усунути цей недолік традиційної методики аналізу за рахунок її деталізації. Для цього нам уявляється необхідним визначити вплив на валовий прибуток таких чинників, як:

- 1) Зміна ціни реалізації товарів
- 2) Зміна закупівельної вартості товарів
- 3) Зміна обсягу реалізації
- 4) Зміна структури реалізації

Тобто два перші чинники дозволять визначити вплив на валовий прибуток інфляційних явищ як при закупівлі товарів, так і їх реалізації. Для досліджуемого нами підприємства аналіз впливу вищенаведених чинників уявляється доцільним провести на прикладі валового прибутку від продажу медичної техніки. З даних таблиці 2 видно, що ця група товарів займає близько 65% від загального обсягу товарообороту підприємства та майже 75% від загальної суми його валового прибутку за 2011 рік.

Аналіз валового прибутку від реалізації медичної техніки ТОВ «ТТВ-ДОМ» ЛТД проведено за даними, які наведені у таблиці 3.

**Вихідні дані аналізу валового прибутку від реалізації медичної техніки
ТОВ «ТТВ-ДОМ» ЛТД за чотирьохфакторною моделлю**

Показники	2010 р.	2010 р. при факт. обсязі та структурі реалізації 2011 р.	2011 р.
1.Обсяг товарообороту (чистий дохід), тис. грн.	13845,7	12730,4	12889,6
2.Собівартість (закупівельна вартість) реалізованих товарів, тис. грн.	9625,4	10402,9	10752,1
3.Валовий прибуток, тис. грн.	4220,3	2327,5	2137,5
4.Валовий прибуток за 2010 рік при фактичному обсязі реалізації, тис. грн.	x	2453,6	x

За допомогою наведених в таблиці 3 даних розрахуємо вплив вищезначених чинників на валовий прибуток підприємства:

- 1) Вплив на валовий прибуток від продажу медичної техніки зміни ціни їх реалізації = $12889,6 - 12730,4 = +159,2$ тис. грн;
- 2) Вплив чинника зміни закупівельних цін на товари = $10752,1 - 10402,9 = -349,2$ тис. грн;
- 3) Вплив чинника зміни обсягу реалізації (кількості реалізованих товарів) = $2453,6 - 4220,3 = -1766,7$ тис. грн;
- 4) Вплив зміни структури реалізації товарів медичної техніки = $2327,5 - 2453,6 = -126,1$ тис. грн.

Таким чином, сукупний вплив усіх чинників на зміну валового прибутку склав:

$$+159,2 + (-349,2) + (-1766,7) + (-126,1) = -2082,8 \text{ тис. грн.}$$

$$2137,5 - 4220,3 = -2082,8 \text{ тис. грн.}$$

З наведених розрахунків слідує, що у 2011 році в порівнянні з 2010 роком ТОВ «ТТВ-ДОМ» ЛТД отримало на 2082,8 тис. грн. менше валового прибутку від реалізації медичної техніки. При цьому збільшення продажних цін дозволило додатково отримати валового прибутку на 159,2 тис. грн. Однак, негативно вплинули на його обсяг підвищення закупівельних цін на медичну техніку (через зростання курсу євро до гривні), зниження кількості реалізованих товарів та погіршення структури їх продажу у бік зростання в загальному його обсязі питомої ваги менш рентабельних видів медичної техніки. Через це валовий прибуток знизився, відповідно, на 349,2 тис. грн., 1766,7 тис. грн. та 126,1 тис. грн. Таким чином, за рахунок поліпшення структури продажу медичної техніки ТОВ «ТТВ-ДОМ» ЛТД може підвищити розмір валового прибутку на 126,1 тис. грн.

Використання більш деталізованої методики аналізу валового прибутку свідчить про наступне:

- Якщо за результатами аналізу по традиційній методиці складається лише поверхнева картина результатів діяльності торговельного підприємства по отриманню ним валового прибутку, то аналіз за

рекомендованою методикою дозволяє вивчити його більш поглиблено на основі детальнішого розкладення загального відхилення валового прибутку на вплив більшої кількості чинників та тим самим більш повно висвітлити негативні тенденції;

- З аналізу по традиційній методиці видно, що через зниження товарообороту медичної техніки на 956,1 тис. грн. було допущено зниження валового прибутку (загальної суми отриманої націнки) на 291,4 тис. грн., а за допомогою даних розрахунків по рекомендованій методиці можна встановити, що при цьому підвищення товарообороту у розмірі 159,2 тис. грн. було забезпечене за рахунок підвищення продажних цін, викликаного інфляційним очікуванням, що збільшило валовий прибуток на 48,5 тис. грн. $((159,8 \text{ тис. грн.} \times 30,48\%)/100)$, а зниження у розмірі 1115,9 тис. грн. $(956,1 \text{ тис. грн.} + 159,8 \text{ тис. грн.})$ – через падіння обсягу реалізації товарів, що привело до зниження валового прибутку на 340,1 тис. грн. $(1115,9 \text{ тис. грн.} \times 30,48\%)/100$;
- Розрахунок, окрім виявлення позитивного впливу на загальну суму отриманої націнки підвищення цін реалізації, дозволив встановити також і негативний вплив на неї підвищення цін придбання товарів у розмірі 349,2 тис. грн. , тобто він був в 2,2 рази сильнішим, ніж вплив першого чинника. Таким чином, сумісний вплив обох інфляційних факторів привів до падіння суми валового прибутку у розмірі 190 тис. грн. $(349,2 \text{ тис. грн.} - 159,2 \text{ тис. грн.})$. Хоча треба зазначити, що такий висновок треба доповнити результатами впливу інфляції на рівень витрат торговельного підприємства.;
- Використання методики дає змогу виявити також вплив на валовий прибуток безпосередньо зміни обсягу (кількості) проданих товарів та їх складу. З результатів розрахунків видно, що ТОВ «ТТВ-ДОМ» ЛТД погіршило структуру реалізації в бік підвищення питомої ваги менш рентабельних товарів, за рахунок усунення цього недоліку підприємство може покращити результати діяльності (валовий прибуток) на 126,1 тис. грн. і на цій основі ще більше поліпшити структуру грошових потоків, створити фінансовий резерв міцності по запобіганню виникнення у наступні періоди часу кризових становищ.

Найважливішим показником оцінки фінансових результатів торговельних підприємств є також прибуток від основної операційної (торговельної) діяльності, який визначається як різниця між валовим прибутком (загальною сумою одержаної торговельної націнки) та витратами діяльності торговельного підприємства. При цьому витрати діяльності торговельних підприємств на відміну від промислових підприємств, не входять до складу ряд. 040 ф. 2 «Звіт про фінансові результати» (тобто до собівартості реалізованої продукції), а відображаються по статтям «Адміністративні витрати» (ряд. 070 ф.2), «Витрати на збут» (ряд. 080 ф. 2) та «Інші операційні витрати» (ряд. 090 ф. 2).

У зв'язку з особливостями визначення фінансових результатів зарубіжних країн [2, 89], методика аналізу прибутку (збитку) від основної операційної діяльності не розглядається зовсім. В методиках вітчизняних вчених-

економістів [35, 206] відображено однотипний підхід при визначенні причин зміни обсягу прибутку від основної операційної діяльності. Так, в цих методиках передбачається визначення зміни обсягу прибутку від основної операційної діяльності під впливом таких факторів, як:

- 1) зміна обсягу товарообороту;
- 2) зміна середнього рівня торгових націнок;
- 3) зміна середнього рівня діяльності.

Такий підхід має такі ж самі недоліки, як і традиційна методика факторного аналізу прибутку. На наш погляд, склад цих факторів треба також, як і при дослідженні валового прибутку, доповнити факторами структурних зрушень та змін цін (інфляції). З цієї причини аналіз впливу вищевказаних факторів на прибуток від основної операційної діяльності торговельних підприємств треба, на наш погляд, доповнити аналізом впливу наступних факторів:

- 1) зміни цін реалізації товарів;
- 2) зміни цін придбання товарів;
- 3) зміну обсягу реалізації;
- 4) зміни структури реалізації;
- 5) зміни адміністративних витрат;
- б) зміни витрат на збут;
- 7) зміни інших операційних витрат.

Таким чином, при допомозі розрахунку впливу цих факторів, загальне відхилення прибутку від основної операційної діяльності може бути розкладене на вплив значно більшої кількості факторів, ніж при використанні попередньої моделі. Техніка розрахунків при цьому аналогічна тій, що використана нами при розрахунках згідно рекомендованій методиці факторного аналізу валового прибутку. Отже, цей підхід дозволить проаналізувати вплив на прибуток від основної операційної діяльності не тільки інфляції при збуту та придбанні товарів, обсягу та структури реалізації, а також дає змогу детально дослідити вплив всіх складових витрат торговельної діяльності.

Нами була вирішена задача кореляційно–регресійного аналізу. Мета – визначення міри впливу на результативний показник.

Як результативний показник нами вибраний Y – рентабельність продажу, у групу факторів, які носять імовірностний характер до результативного показника, нами вибрані:

- X_1 – фондвіддача;
- X_2 – частка постійних витрат у виручці;
- X_3 – продуктивність праці;
- X_4 – відношення дебіторської заборгованості до кредиторської заборгованості;
- X_5 – відношення власного капіталу до позикового;
- X_6 – частка собівартості продукції в чистому доході;
- X_7 – частка прибутку від основної операційної діяльності у валовому прибутку.

По результатах проведеного кореляційно-регресійного аналізу нами були отримані наступні результати: R множинне дорівнює 0,987; R квадратичне дорівнює 0,975. Це свідчить про тісний зв'язок між вибраними чинниками і результатами показників. Число спостережень 12, тобто аналітичний період охоплює 3 роки з поквартальним розбиттям.

Рівняння регресії приймає вигляд:

$$Y = 1,9839 - 0,4012x_1 - 9,3837x_2 + 0,0165x_3 - 0,4644x_4 + 0,724x_5 - 1,4842x_6 + 0,145x_7. \quad (3.27)$$

Рівняння регресії свідчить про те, що зменшення фондівіддачі на 1 одиницю призводить до зменшення рентабельності продажу на 0,4012.

Зменшення коефіцієнта співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості на одиницю призводить до того, що на підприємстві рівень рентабельності продажу знизився на 0,4644.

На підприємстві за аналізований період знизився показник продуктивності праці у наслідок чого його вплив на результативний показник виявився незначним. Отже головним резервом можливого збільшення рентабельності продажів на ТОВ «ГТВ-ДОМ» ЛТД буде збільшення показника фондівіддачі, який у свою чергу впливає на обсяг реалізованої продукції на підприємстві.

Збільшення таких показників як відношення власного капіталу до позикового, а також частка прибутку від ООД у валовому прибутку сприяли збільшенню рівня рентабельності продажу на 0,724 та 0,145 відсоткових пункти відповідно.

Найбільшого негативного впливу на рівень рентабельності продажів (-9,3837) завдало збільшення частка постійних витрат у виручці, а зростання частка собівартості продукції в чистому доході призвело до скорочення рівня рентабельності продажів на 1,4842 відсоткових пункти.

Детальне вивчення як вищеозначених літературних джерел, так і практики діяльності підприємств оптової торгівлі, дозволило встановити наступні проблеми та можливі напрямки вдосконалення методики їх аналізу:

– для підвищення якості складання плану реалізації товарів, правильного формування цін реалізації, плану фінансових результатів та фінансового плану в цілому на торговельних підприємствах повинно більше уваги приділятися правильності формування закупівельної вартості (собівартості) товарів, особливо при здійсненні імпорتنих торговельних операцій. Як відомо, торговельні підприємства списують собівартість товарів при їх продажу. При цьому методи її оцінки визначені в п. 16 П(С) БО 9 «Запаси», згідно якого собівартість придбаних за плату товарів складається з таких фактичних витрат, як : сум, сплачених згідно договору продавцю, за відрахуванням непрямих податків; сум ввізного мита; сум непрямих податків, пов'язаних з придбанням товарів, які не відшкодовуються підприємству; транспортно-заготівельних витрат (ТЗВ); інших витрат, пов'язаних з придбанням товарів. Метод оцінки матеріальних цінностей (товарів) при їх вибутті підприємство обирає самостійно (методи ідентифікованої собівартості відповідної одиниці товару, середньозваженої собівартості, собівартості перших за часом надходження товарів (ФІФО), нормативних витрат, ціни

продажу). Від обраного методу обліку елементів собівартості товарів залежить механізм визначення розміру торговельної націнки (чи повинна вона перебивати ТЗВ, чи її сума відшкодовується покупцем в складі собівартості товарів). На наш погляд, з ціллю запобігання помилок при формуванні продажних цін, а також системи знижок при оптових придбаннях товарів та забезпечення безбиткового продажу кожного виду товарів та всього товару в цілому на торговельних підприємствах слід переважно використовувати метод формування ідентифікованої собівартості відповідних одиниць товару, а не метод ціни продажу, як це частіше за все має місце в практиці роботи торговельних підприємств. Використання цього методу на практиці не є проблемою за умови використання на торговельних підприємствах кількісно-сумового обліку руху товарів;

– для формування обміркованої та коректної системи знижок на ціни реалізації оптових торговельних підприємств слід використовувати не тільки інтуїцію їх менеджерів по продажу та дані підприємств-конкурентів, а й більш широко використовувати дані аналізу обортовості конкретних видів товарів, та рівня їх рентабельності, зміни питомої їх ваги в обсягах реалізації відповідних груп товарів;

– для більш точного та деталізованого аналізу загальної суми торговельної націнки як в цілому по всьому обсягу реалізації, так і окремим одиницям товарів та їх групам, як основи для більш коректного та детального аналізу фінансових результатів, суму цієї націнки слід розраховувати на практиці не за допомогою середнього відсотку торговельної націнки, а за допомогою методу прямого підрахунку, що легко реалізувати на практиці через виконання перших двох рекомендацій;

– при аналізі фінансових результатів діяльності торговельного підприємства (валового прибутку, прибутку від основної операційної діяльності та інших показників) слід використовувати не тільки двофакторні моделі впливу чинників на досліджувані показники, які в основному приводяться в літературі, а й більш складні багатофакторні моделі, використання яких стає можливим також за умови реалізації наданих рекомендацій.

3.2. Комплексна оцінка діяльності підприємств роздрібної торгівлі.

Внутрішня торгівля посідає особливе місце в сучасній економічній системі України і соціальній сфері. Вона забезпечує в широких масштабах обмін суспільного продукту у товарно – грошовій формі, задовольняє особливості та виробничі потреби в продукції, товарах, послугах, сприяє розвитку міжгалузевих і міжрегіональних зв'язків, виступає потужним фактором економічного зростання.

По мірі поглиблення ринкових і глобалізаційних процесів роль торгівлі посилюється, ускладнюються її функції. Проте коло фундаментальних досліджень структурних трансформацій внутрішньої торгівлі, закономірностей розвитку в нових умовах, ринкових механізмів її функціонування і форм

господарювання надзвичайно обмежене.

Серед останніх публікацій слід визначити дослідження проблем розвитку торговельних мереж Л.Лігоненко [127 с. 12-21], О.Тимофєєвої [93 с.69-76], питання інформаційно – аналітичного забезпечення функціонування торгових підприємств розкриваються у роботах Т.А. Обушок [118 с. 99-105], О.В. Фоміної [40 с.207-216]. Регіональні проблеми розвитку внутрішньої торгівлі розглядає О.О. Шубіко [193 с. 150-173]. Що стосується досліджень, присвячених вдосконаленню методики економічного аналізу параметрів діяльності підприємств роздрібно торгівлі, то вони, по суті, відсутні.

Перш, ніж безпосередньо, переходити до викладання основних напрямків вдосконалення методики економічного аналізу діяльності підприємств роздрібно торгівлі розглянемо основні тенденції її розвитку на макрорівні і на регіональному рівні (на прикладі Одеської області).

Звертаючи увагу на структуру роздрібного ринку України, слід визначити, що дослідженнями аналітичних організацій на ринку домінують великі компанії організованої торгівлі (70%), але торгові мережі поступаються в даному обсязі торгівлі, займаючи 44% ринку організованої торгівлі.

Отже, супермаркети є домінуючим торговим форматом в Україні, але думкою експертів, у найближчі часи збільшиться частка дискаунтерів, оскільки цей формат знаходиться тільки в початковій стадії розвитку України.

Згідно з традиційною класифікацією торгових мереж, операторів поділяються на регіональні, національні, локальні та міжнародні.

Станом на 2010 рік на ринку роздрібно торгівлі України домінують національні оператори, частка яких у структурі ринку торгових мереж становить 51%; частка локальних операторів – 18%; регіональних операторів – 17%; міжнародних операторів – 14%.

Таким чином, локальні та національні мережі продовольчої роздрібно торгівлі на даний час є головними рушійними силами розвитку українського рітейлу (рис 2).

Однак, незважаючи на швидке зростання обсягів роздрібно торгівлі, Україна ще залишається менш розвиненою в даному сегменті порівняно з провідними країнами світу.

В Одеському регіоні динаміка роздрібного товарообороту характеризується наступними даними (табл.1)

Обсяг роздрібного товарообороту з року в рік збільшується: найбільш значні темпи приросту склалися у 2002-2007 р.р, коли рівні коливалися у межах 28,5 %--31,1%, у 2009 р. - він змінився на 11,1%, проте у 2010 р., і 2011 р., темпи приросту склали відповідно 8,7% і 13,9%.

Структурна динаміка свідчить про зростання питомої ваги непродовольчих товарів з 52,1% у 2000 р-до 62% у 2011р. і відповідне зменшення питомої ваги продовольчих товарів з 47,9% до 38%.

Таблиця 1

**Основні тенденції зміни роздрібного
товарообороту Одеської області за 2000 – 2011 р.р.**

	Обсяг роздрібного товарообороту підприємства (юридичних осіб), млн.грн. ¹	У тому числі питома вага, у %		Темпи зростання обсягів роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб) до попереднього року, у порівнянних цінах %
		продовольчих товарів	непродовольчих товарів	
2000	1112,4	47,9	52,1	108,7
2001	1390,7	48,4	51,6	119,9
2002	1844,3	51,2	48,8	129,7
2003	2535,3	48,0	52,0	131,1
2004	3684,0	46,4	53,6	130,5
2005	5165,3	43,7	56,3	123,5
2006	7445,3	40,0	60,0	131,9
2007	9996,1	38,5	61,5	125,5
2008	14159,5	35,4	64,6	119,2
2009	14842,9	39,1	60,9	88,9
2010	18007,4	38,1	61,9	108,7
2011	22806,3	38,0	62,0	113,9

Таблиця 2

**Динаміка кількості підприємств роздрібної торгівлі Одеської області
(крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним)
(відсотків до загальної кількості, на кінець року)**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Всього	100	100	100	100	100	100
у тому числі підприємства, що торгують з перевагою						
продовольчого асортименту	10,5	7,3	8,6	5,1	4,7	4,5
у спеціалізованих магазинах						
у неспеціалізованих магазинах	50,5	56,1	58,1	60,8	58,9	58,8
непродовольчого асортименту						
у спеціалізованих магазинах	28,6	28,3	27,6	28,7	31,2	32,1
у неспеціалізованих магазинах	7,9	5,7	3,7	3,9	3,7	3,0
поза магазинами	2,5	2,6	2,0	1,5	1,5	1,6

Отже, до негативної тенденції слід віднести скорочення частки підприємств, що торгують з перевагою продовольчого асортименту у спеціалізованих магазинах з 10,5% у 2006 році до 4,5% у 2011 році, у той же час питома вага неспеціалізованих магазинів зросла з 50,5% до 58,8%. Тобто, частка грошових витрат населення в роздрібній мережі продовольчих товарів становить лише 4,5% (для порівняння частка спеціалізованих магазинів, що торгують з перевагою непродовольчого асортименту зросла з 28,6% до 32,1%).

Це означає, що інші канали торгівлі — ринки, дрібно-роздрібна мережа, приватні структури переважають в обороті. Слід відмітити, що в умовах фінансово-економічної кризи, ще більш загостряться такі проблеми, як зниження платоспроможного попиту населення, рівня економічної та фізичної доступності малозабезпечених груп населення до продуктів харчування, зростання частки натурального споживання і натуралізації доходів сільського населення. У цих умовах, на розвиток роздрібного товарообороту, поряд із грошовими доходами населення, співвідношенням сільського і міського населення, все більше буде впливати рівень організації роздрібно торгівлі та ступінь координації її розвитку з боку самого торговельного підприємства.

Підвищена, порівняно з іншими галузями економіки, залежність роздрібно торгівлі від кризових явищ ринкового середовища обумовлюється структурою її активів і капіталу (табл.3).

Таблиця 3

**Порівняльна характеристика структури активів і капіталу підприємств
Одеської області за видами діяльності на початку року, %**

Найменування показників	Всі види діяльності		У тому числі			
			промисловість		роздрібна торгівля	
	на 1.01.10	на 1.01.11	на 1.01.10	на 1.01.11	на 1.01.10	на 1.01.11
Активи - разом	100,0	100,	100	100,0	100	100,0
- у тому числі:						
- необоротні	61,6	61,3	54,6	51,2	48,4	45,1
- оборотні	37,3	37,7	44,2	48,2	50,1	53,4
- витрати майбутніх періодів	1,0	0,9	1,2	0,6	1,4	1,5
Капітал - разом	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- у тому числі:						
- власний капітал	38,6	38,5	21,3	20,3	7,5	14,7
- забезпечення наступних витрат і платежів	1,1	1,1	0,5	0,7	0,1	0,1
- довгострокові зобов'язання	22,1	24,3	26,3	28,0	40,5	32,7
- поточні зобов'язання	37,8	35,9	51,2	50,5	51,9	52,5
- доходи майбутніх періодів	0,4	0,2	0,7	0,5	0	0

Розрахунки, що наведені у таблиці 3, підтвердили фінансову залежність підприємств цих видів діяльності, але для роздрібно торгівлі вона є найвищою — питома вага власного капіталу склала на 1.01.11 14,7% (для порівняння у промисловості 20,3%).

Разом з тим, низька питома вага необоротних активів за сприятливих умов дозволяє підприємствам роздрібно торгівлі досить ефективно реагувати на ринкові зміни оточуючого середовища, коригуючи обсяги та структуру товарообороту, не вдаючись до значних капіталовкладень, застосовуючи фінансові та операційні важелі в антикризовому менеджменті.

Для оцінки фінансовий стійкості та платоспроможності роздрібно́ї торгівлі Одеської області, як виду економічної діяльності, варто застосувати середньовидові фінансові показники, що обчислені за даними балансів підприємств. З великої кількості показників, що пропонуються у спеціальній літературі, обрано ті, які характеризують ризики втрати фінансової залежності (коефіцієнти автономії, маневрування та забезпечення власним оборотним капіталом) і ризики потенційного банкрутства (коефіцієнти співвідношення залученого та власного капіталу). Таблиця 4 дозволяє порівняти названі показники з аналогічними показниками промисловості та з середніми показниками, обчисленими для підприємств усіх видів діяльності, у тому числі й підприємств роздрібно́ї торгівлі.

Таблиця 4

**Коефіцієнти фінансової та платоспроможності підприємств
Одеської області за видами діяльності (станом на 1.01.11)**

Найменування показника	Всі види діяльності	У тому числі	
		промисловість	роздрібна торгівля
Коефіцієнт автономії	0,385	0,203	0,147
Коефіцієнт маневрування власного капіталу	- 0,592	- 1,524	- 2,078
Коефіцієнт забезпеченості власним оборотним капіталом	- 0,605	- 0,641	- 0,570
Коефіцієнт співвідношення залученого та власного капіталу	1,591	3,901	5,823

Як свідчать данні таблиці 4, станом на 1.01.11 р. роздрібна торгівля в Одеської області взагалі не мала власного оборотного капіталу (це стосується усіх видів діяльності). Поточна діяльність підприємств роздрібно́ї торгівлі повністю залежить від зовнішніх джерел фінансування, що ставить більшість підприємств на межу банкрутства. Залежність від зовнішніх джерел фінансування є дуже високою (якщо за всіма видами діяльності на 1 грн власного капіталу припадає 1,59 грн коштів, то у роздрібленій торгівлі 5,82 грн).

Проблематика ідентифікації та подолання кризових явищ на підприємствах України, на жаль, продовжує бути актуальною темою. Нестабільність та кризовий стан економіки негативно впливає на всі сфери суспільного та економічного життя країни. В межах дослідження компанії “Ернст енд Янг” “Вплив економічної кризи на українські компанії, що проводилося з 2 по 31 жовтня 2008 року у 143 провідних українських та іноземних компаніях з’ясувалося, що серед заходів щодо подолання кризи більшість компаній розглядає: зниження витрат (76%), удосконалення управління фінансовими показниками та ліквідністю (54%), скорочення персоналу (28%), проведення реорганізації підприємства (27%). Серед антикризових заходів половина опитаних (51%) не розглядали можливість скорочення випуску продукції, диверсифікації виробництва. Перегляд стратегій вважали за потрібне здійснити тільки 13%, не приймати ніяких спеціальних заходів — 12% респондентів.

Результати опитування свідчать про усвідомлення керівниками і власниками підприємств України наявності кризи, навіть причин, що її викликають, однак, розуміння та вміння долати кризу не має системного характеру. На торговельних підприємствах наявність досить значного потенціалу стикається з не завжди вдалим його використанням, що пояснюється, з одного боку, низьким рівнем адаптації методичних прийомів управління підприємствами до специфічних умов їх функціонування, а з іншого — невмінням застосувати практичні інструменти діагностики їх роботи з метою виявлення кризових явищ та розборки відповідних заходів впливу на них.

На наш погляд, аналітична оцінка розвитку кризових явищ повинна ув'язуватися з оцінкою рівня ринкового темпу торговельних підприємств, яка б врахувала обмеження та можливості з боку основних учасників ринкових процесів на споживчому ринку: споживачів, конкурентів і постачальників.

Серед відомих дослідників проблематики антикризової діяльності та антикризового управління слід назвати таких закордонних вчених: Е.Альтман, У.Бівер, П.Друкер, Дж.М.Кейнс, Г.М. Куроєшева, М.Портер, Т.Пітерс, П.Самуельсон, Р.Фрідман, Е.Уткін та інші.

Проблеми антикризового управління висвітлені також в роботах вітчизняних учених: О.І. Ашомі, І.О. Бланк, В.М. Гейця, Б.В. Грубського, Л.В. Дікань, Г.І. Калінос, З.П. Коровіної, І.І. Лукінова, Л.О. Лігоненка, А.А. Перечади, А.М. Поддєрьогіна, О.А.Слюсаренко, О.О.Терещенка, А.М. Федерищевої, В.Я. Шевчука, В.Федорського, В.М. Федосова, О.О. Шарупової, Г.О. Швиданенко, А.Д. Чернявського, М.Г. Чумаченка та ін.

Однак, за наявності досить значної кількості робіт з обраної проблематики, необхідно відзначити різну спрямованість досліджень і майже повністю відсутні дослідження присвячені формуванню ефективних аналітично-інформаційних систем, що забезпечують антикризове фінансове управління торговельним підприємством.

Таким чином, актуальним є встановлення особливостей організації і місце аналізу фінансового стану та оцінка ринкового потенціалу у степені антикризового управління торговельним підприємством.

Підприємство, що знаходиться в кризовому стані стикається з трьома основними проблемами:

1) дефіцитом грошових коштів і низькою платоспроможністю. У результаті у підприємства виникає заборгованість перед бюджетом, персоналом, кредиторами, постійно зростають зовнішні запозичення.

Основними показниками оцінки платоспроможності виступають коефіцієнти ліквідності;

2) недостатнім задоволенням інтересів власників, що виявляється в зниженні рентабельності власного капіталу підприємства. Про зменшення віддачі на вкладений у підприємство капітал свідчить падіння значень показників рентабельності;

3) зниження фінансової незалежності підприємства, яка виявляється в труднощах з погашенням майбутніх зобов'язань підприємства через зростання його фінансової залежності від кредиторів.

Сукупність факторів, які здатні привести підприємство до фінансової кризи, можна розділити на дві основні групи: зовнішні по відношенню до нього (на ці фактори воно не здатне впливати); внутрішні (вони виникають у результаті діяльності самого підприємства). В їх основі, як правило, лежать прорахунки в аналізі ринку, виробництва, ефективності капітальних вкладень, кадрової політики.

Для нейтралізації впливу небажаних дій вказаних зовнішніх і внутрішніх факторів необхідно здійснювати оцінку фінансового стану підприємства. Основною рисою різних методик даної оцінки є, в теперішній час, визначення значного числа часто не пов'язаних між собою показників. Відмінності між методиками зводяться до особливостей розрахунку того чи іншого показника. Без обліку основних закономірностей економіки підприємства набір різноспрямованих показників перетворюється в даремну інформацію. В той же час аналіз на основі взаємозв'язків дозволяє успішно проводити якісну діагностику фінансового стану і приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо фінансового оздоровлення підприємства.

Діагностика є важливим складником антикризового фінансового управління підприємством і повинна здійснюватися задовго до появи явних ознак фінансової кризи. Результати діагностики фінансового стану та оцінки кризових симптомів підприємства надають змогу визначити «слабкі сигнали» фінансової кризи, передумови якої існують на підприємстві; визначити глибину наявності фінансової кризи, її масштаби; обґрунтувати заходи, необхідні для недопущення виникнення фінансової кризи або подолання вже наявної фінансової кризи; оцінити можливості підприємства щодо встановлення фінансової стійкості і прогнозування його подальшого розвитку.

Постійна аналітична робота повинна бути спрямована на виявлення і нейтралізацію «прихованих» негативних тенденцій. Для цього, перш за все, визначимо тип фінансової стійкості, оскільки недостатній її рівень може призвести до неплатоспроможності та відсутності коштів для розвитку виробництва, подальшої кризи, а потім й до банкрутства. Використовуючи дані фінансової звітності однієї з найбільших торговельних мереж проведемо розрахунки, що наведені у таблицях 4-6.

Таблиця 5

**Визначення типу фінансової стійкості підприємства
(на кінець року, тис. грн.)**

Показники	2007	2008	2009	2010
Матеріальні активи (запаси)	18763,1	30892,8	33576,0	20922,0
Наявність власного оборотного капіталу	-136350,5	-275180,5	-575307,0	-592230,0
Власні і довгострокові кошти	8480,0	38153,3	28529,0	-78080,0
Загальна сума джерел фінансування запасів	8878,7	45550,8	33054,0	-74775,0
Надлишок (+), нестача (-) власного капіталу	-155113,6	-306073,3	-608883,0	-613152,0

Надлишок (+), нестача (-) власного і довгострокових коштів	-10283,1	7260,5	-5047,0	-99002,0
Надлишок (+), нестача (-) загальних джерел фінансування	-9884,4	14658,0	-522,0	-95697,0
Трикомпонентний показник	0,0,0	0,1,1	0,0,0	0,0,0

Виходячи із зробленого аналізу, фінансовий стан підприємства на кінець 2010 року оцінюється як кризовий та протягом аналізованого періоду він був нормальним лише в 2008 році, а в 2007 та 2009 роках – кризовим, що свідчить про незабезпечення стабільними джерелами фінансування поточної фінансово-господарської діяльності. Це зумовлено значним падінням розміру власного капіталу з -155113, 6 тис. грн. в 2007 році до -613152 тис. грн. в 2010 році; нестачею довгострокових коштів для фінансування запасів, яка становила 99002 тис. грн.. Причому спостерігається стійка тенденція до ще більшого погіршення показників забезпеченості запасів.

Особливе місце серед показників, які характеризують фінансовий стан та можливості майбутнього банкрутства торговельного підприємства, належить показникам платоспроможності та ліквідності.

Так ліквідність поточних активів є головним фактором, який визначає ступінь ризику вкладень в оборотні активи. Баланси ліквідності за декілька років дають можливість виявити тенденції зміни фінансового стану підприємства, а також появи кризи.

Таблиця 6

Аналіз ліквідності балансу (станом на кінець), тис.грн.

Групи активів	Групи зобов'язань	Платіжний надлишок (+), нестача (-)			
		2007	2008	2009	2010
A1	П1	-27739,8	-26579,0	-60070,0	-149037,0
A2	П2	17272,5	33648,5	54818,0	49830,0
A3	П3	-126067,4	-282441,0	570260,0	-493228,0
A4	П4	136534,7	275371,5	575512,0	-592435,0

Як відомо, баланс вважається ліквідним, якщо виконуються наступні умови: $A1 > P1$; $A2 > P2$; $A3 > P3$; $A4 < P4$. Із вищенаведеного аналізу можна зробити висновок, що із 4-х нерівностей як на кінець звітнього 2009 року, так і протягом усього періоду, що аналізується, виконується лише одна нерівність $A2 > P2$, тобто швидколіквідні активи перебільшують короткострокові кредити, а платіжний надлишок на кінець звітнього року складає 49830 тис.грн.

Невиконання 2-х із 3-х перших умов свідчить про те, що поточні активи підприємства ($A1+A2+A3$) менші його зовнішніх зобов'язань ($P1+P2+P3$), тобто воно в недостатній кількості має власний оборотний капітал, що не забезпечує належної фінансової сталості. В той же час $A4 > P4$ протягом усього аналізуємого періоду, що демонструє відсутність власних оборотних коштів і мінімальних умов фінансової стабільності, яке може за такої загальної тенденції призвести до банкрутства підприємств.

Аналіз платоспроможності (станом на кінець)

Показники	Нормативне значення	2007	2008	2009	2010	Відхилення (+), 2010 рік від	
						2007	2009
1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$\geq 0,2$	0,576	0,314	0,127	0,043	-0,53	-0,084
2. Коефіцієнт поточної ліквідності	≥ 1	0,841	1,143	0,929	0,377	-0,464	-0,552
3. Коефіцієнт загальної ліквідності	≥ 2	1,126	1,767	1,379	0,508	-0,618	0,871

Із наведеного аналізу видно, що дане підприємство має низький рівень платоспроможності на кінець 2010 року, так як усі коефіцієнти ліквідності менші за нормативне значення. Протягом аналізованого періоду спостерігається негативна тенденція зменшення коефіцієнта абсолютної ліквідності, тобто підприємство на кінець звітного року не може погашати поточні зобов'язання лише грошовими коштами. При цьому даний показник зменшився у 2010 в порівнянні з 2007 на 0,53, а у порівнянні з 2008 — на 0,084 при нормативі $< 0,2$, тобто фактичний рівень к кінцю року склав лише 21,5%.

Вищенаведені тенденції є дуже небезпечними для даного підприємства, так як у нього є ознаки неплатоспроможності, що може призвести у майбутньому до можливого банкрутства.

Отже, здійснення постійного аналізу фінансового стану з метою раннього виявлення симптомів фінансової кризи — це перший етап процесу антикризового фінансового управління, а серед подальших етапів:

розроблення системи профілактичних заходів щодо запобігання фінансовій кризі в ході здійснення діагностики фінансового стану підприємства; ідентифікація параметрів фінансової стабілізації, діагностування її настання; вибір механізмів фінансової стабілізації підприємства, адекватних масштабам його кризового фінансового стану; розроблення і реалізація комплексної програми виведення підприємства з фінансової кризи; контроль за реалізацією програми виведення підприємства з фінансової кризи; розроблення і реалізація заходів щодо усунення підприємством негативних наслідків фінансової кризи.

Відповідно, процес реалізації головної мети антикризового управління торговельних підприємств має бути спрямований на вирішення таких основних задач:

- забезпечення оптимальної структури капіталу торговельного підприємства з позицій ефективного розвитку в довгостроковому періоді, оскільки, як відомо, його фінансова стійкість прямо пропорційно залежить від структури фінансового капіталу;

- забезпечення постійної платоспроможності та ліквідності торговельного підприємства, тобто можливості своєчасно і в повному обсязі виконувати свої зобов'язання. Ця задача пов'язана з оптимізацією структури

активів, зокрема підтримки оптимальної кількості грошових коштів, обсяг надходження яких в часі повинен співпадати з обсягом поточних зобов'язань для забезпечення та підтримки на необхідному рівні фінансової стійкості;

- забезпечення максимальної рентабельності операційної, фінансової та інвестиційної діяльності з врахуванням допустимого рівня ризику й оптимізації з позиції підприємства на шкалі “ризик-дохідність”, що дозволить підприємству ефективно управляти фінансовою стійкістю в поточному та перспективному періодах;

- забезпечення кредитоспроможності торговельного підприємства, що дозволить йому залучати кредитні ресурси в необхідному обсязі та з мінімальними витратами для покриття потреби в різних видах активів, забезпечити ефективно їх використання, що в результаті дасть змогу забезпечити та підтримати на необхідному рівні фінансову стійкість;

- забезпечення відповідальності за обсяг капіталу, що залучається, суми потреби в активах, що формуються, оскільки загальна потреба в капіталі підприємства базується на його сукупній потребі у формуванні різних видів оборотних і необоротних активів; саме фінансова стійкість підприємства напряму залежить від того, як саме покривається потреба в різних видах активів певними видами капіталу, що залучається;

- збалансування грошових потоків торговельного підприємства, яка повинна забезпечуватися в процесі управління його грошовими потоками з центрами, за окремими видами діяльності та за різними “центрами відповідальності”, що забезпечить своєчасний розрахунок торговельного підприємства за своїми поточними зобов'язаннями та, як результат, його фінансову стійкість;

- забезпечення мінімальних витрат щодо залучення позичкового капіталу торговельним підприємством. Така мінімізація здійснюється, перш за все, у процесі управління залученням різних форм позичкового капіталу, що вимагає відповідної оцінки вартості окремих альтернативних його елементів — кредитів банків, товарних кредитів, фінансового лізингу.

Успішна реалізація стратегії організації роздрібної торгівлі нерозривно пов'язана з проведенням систематичного аналізу поточної і прогнозованої інформації, що формується в системі створеного в організації механізму бюджетування.

Останнім часом в Україні популяризації бюджетування приділяється велика увага. Бюджетування загалом можна представити як інформаційну систему внутрішньофірмового, корпоративного управління за допомогою певних фінансових інструментів, званих бюджетами.

Бюджети охоплюють всі сторони господарської діяльності організації і включають планові, звітні (фактичні) дані. Проведене дослідження показало, що відмітна особливість бюджетів організації оптової торгівлі полягає в тому, що вони охоплюють бізнес наскрізь — від закупівель товарів до фінансово-господарської діяльності організації в цілому, бюджетні показники структурних підрозділів підпорядковані єдиній меті, позначеній в стратегії розвитку організації оптової торгівлі на плановий період.

Основні та другорядні цілі бюджетування представлені нижче.

1. Отримати прогноз фінансово-господарського стану організації:
 - визначення тенденції, характерних для основних фінансово-економічних показників.
2. Узгодження планових фінансово-економічних показників:
 - підготовка варіантів операційних і фінансових бюджетів організації.
3. Формування моделі фінансово-господарської діяльності організації:
 - система фінансово-економічних показників.
4. Аналіз можливих сценаріїв розвитку:
 - оптимістичний, песимістичний і найбільш вірогідний розвиток подій;
 - параметричні розрахунки.
5. Визначення системи контролю за результатами фінансово-господарської діяльності організації:
 - підготовка фактичної інформації про виконання бюджетів.

Однією з першочергових задач управління фінансовими результатами діяльності організації роздрібної торгівлі повинна стати розборка методологічної основи бюджетування фінансово-господарської діяльності та впровадження в практику операційного бюджетування як невід'ємний елемент обліково-інформаційного забезпечення управління формуванням фінансових результатів. Бюджетне планування організації роздрібної торгівлі включає розборку бюджетів підрозділів і подальшу консолідацію їх в генеральний бюджет.

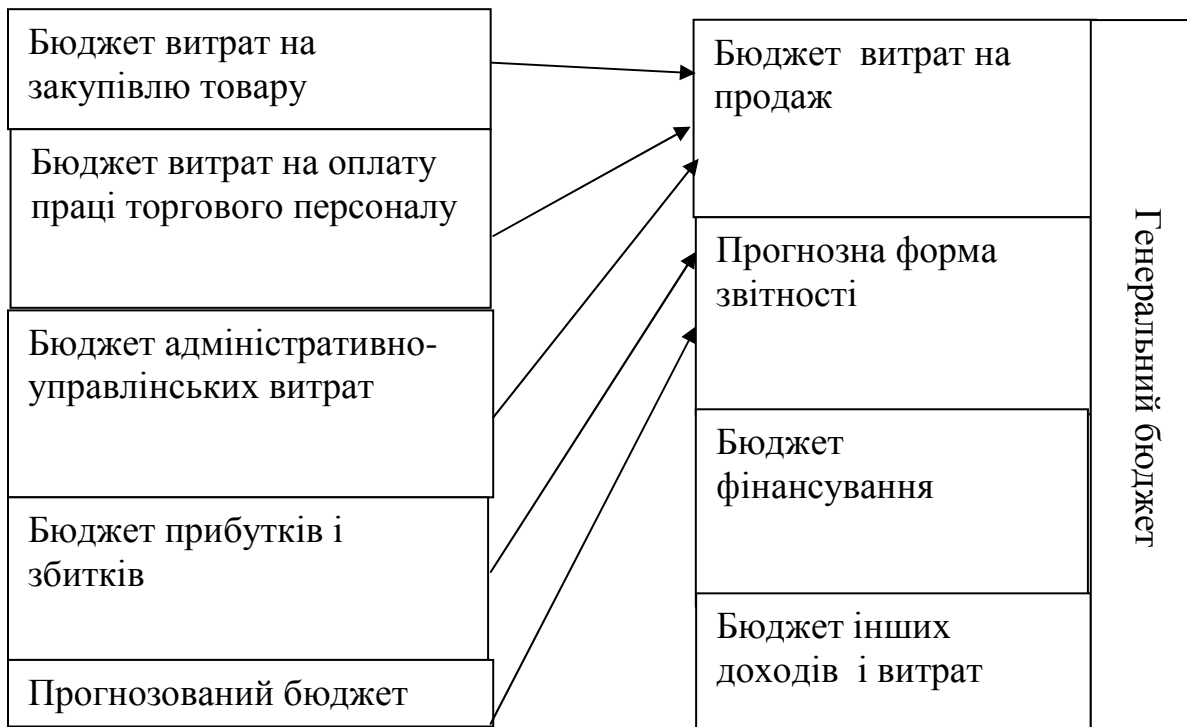


Рис. 1. Модель бюджетування діяльності торгових підприємств

Таким чином бюджетування – це технологія управління підприємством, заснована на аналізі фінансових показників підприємства та їх планування. [93, с.70-73]. Але аналіз у системі бюджетування передбачає використання стандартних факт-планових відхилень. Визначення та групування відхилень становить вхідну інформаційну базу, використання якої є основою для розроблення відповідних заходів щоб запобігти цим відхиленням в майбутньому. Ми пропонуємо розширити аналітичний інструментарій бюджетування за рахунок структурно – аналітичного, факторного та індексного аналізу фінансових результатів. Для з'ясування дієвості даного механізму на практиці розглянемо аналіз фінансових результатів діяльності торгового підприємства. На наступному етапі проаналізуємо динаміку формування фінансових результатів. Розрахунки, приведені в таблиці свідчать про зменшення чистого прибутку підприємства на протязі аналізуючого періоду та отримання за 2009 та 2010 роки чистого збитку в розмірі 124 237 тис.грн. та 29 537 тис.грн. відповідно, незважаючи на наявність чистого прибутку протягом перших двох років.

Негативні тенденції до зниження чистого прибутку та отримання чистого збитку було зумовлено в першу чергу:

- отримання збитку від ООД 2008 році в розмірі 19 163,10 тис.грн. та його поступове збільшення до 43 195 тис.грн. у 2010 році, це було зумовлено випереджаючим зростанням чистого доходу над собівартістю реалізації, адмін.. витратами, витратами та збут;

Таблиця 8

Загальна оцінка динаміки прибутку. тис.грн.

Показники	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	Відхилення(+,-) 2010 р. від:	
					2007 рік	2009 рік
1. Валовий прибуток	49862,80	54389,00	83816	98787	48924,20	14971
2. Адміністративні витрати	6234,70	13752,90	16604	16834	10599,30	230
3. Витрати на збут	36607,30	59799,20	90577	1251748	88540,70	34571
4. Прибуток (збиток) від ООД	7020,80	-19163,10	-23365	-43195	-50215,80	-19830
5. Інші операційні витрати	26807,50	119704,10	281788	144536	117728,50	-137252
6. Інші операційні доходи	12041,60	67673,40	322744	55142	43100,40	-267632
7. Прибуток (збиток) від іншої операційної діяльності	14765,90	52030,70	-40986	89394	74628,10	-14765,90
8. Прибуток (збиток) від іншої операційної діяльності	21786,70	32867,60	-64351	46199	24412,30	110550
9. Дохід від участі	-	-	-	-	-	-

в капіталі						
10. Інші фінансові доходи	1803,60	831,6	308	509	-1294,60	201
11. Інші доходи	138	-	-	-	-138	-
12. Витрати від участі в капіталі	-	-	-	-	-	-
13. Фінансові витрати	17950,90	27268,70	60194	76245	58294,10	16051
14. Інші витрати	-	-	-	-	-	-
15. Збиток від фінансової та інвестиційної діяльності	16009,30	26437,10	59886	75736	59726,70	15850
16. прибуток (збиток) від звичайної діяльності	577,40	6430,50	-124	237	-29537	-
17. Податок на прибуток	1671,70	1955,90	-	-	-1671,70	-
18. Чистий прибуток(збиток)	4105,70	4474,6	-124237	-29537	-33642,70	94700

- зниження прибутку від операційної діяльності та отримання збитку в 2008 році в розмірі 40 986 тис.грн., що було зумовлено випереджаючим зростанням інших операційних видатків над іншими операційними доходами;

- зниження прибутку від операційної діяльності та отримання збитку в 2009 році в розмірі 64 351 тис.грн.;

- зростання збитків від фінансової та інвестиційної діяльності, що було зумовлено зниженням фінансових доходів на 1 294,60 тис. грн.. та зростання фінансових витрат на 58 294,10 тис.грн.;

Таким чином, підприємство за 2009 рік отримало збитки за всіма видами діяльності, що привело до отримання чистого збитку підприємств. За 2008 рік ситуація дещо покращилася, зокрема, був отриманий прибуток від операційної діяльності й від фінансової та інвестиційної діяльності, однак, це не привело до отримання.

Зазначимо, що керівництву слід звернути увагу на контроль (моніторинг) за формуванням доходів та видатків за всіма сферами діяльності.

Вважаємо за доцільне наведені вище розрахунки доповнити факторним індексним аналізом.

Факторний індексний аналіз дозволяє:

- оцінити вплив кожного фактора на зміну результативного показника (в абсолютному і відносному виразі);

- оцінити, яке відношення величини приросту (зниження), викликаного зміною кожного фактора до величини результативного показника за базисний період;

- визначити частку приросту (зниження), викликаного зміною кожного фактору, у загальному прирості (зниженні) результативного показника.

Розглянемо деякі напрямки застосування індексного методу в аналізі фінансових показників підприємства. Скористаємося для цього даними про вартість активів підприємства і фінансових показників за два роки.

Таблиця 9

Активи та фінансові показники підприємства (тис. грн.)

п/п	Показники	2008 рік	2009 рік
1.	Середньорічна вартість активів	616 389	1 025 673,5
2.	Оборотні активи	80 824	94 892
3.	в тому числі запаси	233	274
4.	Власний капітал	329 612	505 339,5
5.	Чистий дохід від реалізації продукції	487 678	619 018
6.	Собівартість реалізованої продукції	433 289	535 202
7.	Валовий прибуток (5-6)	54 389	83 816
8.	Адміністративні витрати	13 753	16 604
9.	Витрати на збут	59 799	90 577
10.	Збиток (прибуток) від основної операційної діяльності (5-6-8-9)	19 163	23 365
11.	Інші операційні доходи	119 704	281 788
12.	Інші операційні витрати	67 673	322 774
13.	Прибуток (збиток) від операційної діяльності (10+11-12)	3 268	- 64 351
14.	Доход від участі в капіталі	-	-
15.	Інші фінансові доходи	832	308
16.	Інші доходи	-	-
17.	Фінансові витрати	27 269	60 194
18.	Витрати від участі в капіталі	-	-
19.	Інші витрати	-	-
20.	Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування (13+14+15+16-17-18)	6 431	- 124 237
1.	Податок на прибуток від звичайної діяльності	1 956	-
2.	Прибуток (збиток) від звичайної діяльності	4 475	- 124 237
3.	Надзвичайні: - доходи - витрати	-	-
4.	Чистий прибуток (збиток)	4 475	- 124 237

За даними, що наведені в таблиці 9, розрахуємо систему фінансових коефіцієнтів, покажемо їх взаємозв'язок та роль в оцінці діяльності підприємства і ефективності управління ним. Для цього будемо використовувати розширену формулу Дюпона:

Кожний з трьох факторів у правій частині формули характеризує три напрями діяльності підприємства – операційну, інвестиційну і фінансову. Відповідно, у залежності від рівнів та динаміки цих трьох ключових співмножників – чистої рентабельності (збитковості) продажу, обіговості активів та мультиплікатора власного капіталу – можливі три напрями фінансового аналізу з наступним поглибленням оцінки процесу реалізації,

ефективності інвестицій і структури джерел фінансування. У нашому прикладі маємо:

Звітний рік: $24,585 \% = 20,070\% \times 0,604 \times 2,030$

Минулий рік: $1,358 \% = 0,918\% \times 0,791 \times 1,870$

Очевидно, що зменшення інтегрованого показника головним чином визначається динамікою першої компоненти – так званого левериджу або фінансового важеля. Підприємство використовує свої резерви з залученням позикового капіталу і це визначає позитивну динаміку мультиплікатора власного капіталу. Але зменшення інтегративного показника пов'язане з негативним впливом зменшення чистої рентабельності продажу до збитковості та обіговості активів. Тому, у подальшому аналізі доцільно було б детальніше проаналізувати вплив чинників (факторів) на зміну чистої рентабельності продажу. Перш за все, визначимо витрати на одиницю обігу реалізації або коефіцієнт витрат як відношення собівартості реалізованої продукції на чистий дохід від реалізації. Його доповнює коефіцієнт прибутковості, що визначається за валовим прибутком. За даними таблиці 10 ці коефіцієнти за минулий та звітний роки відповідно складають (табл.10).

Таблиця 10

Динаміка коефіцієнтів витрат та прибутковості

Показники	2008 рік	2009 рік
Коефіцієнт витрат	0,888	0,865
Коефіцієнт прибутковості	0,126	0,157

Фактори, що впливають на динаміку коефіцієнта прибутковості, залежать від специфіки підприємства. Для виробничих галузей такими чинниками є: ціна реалізації, витрати на виробництво, обсяг та структура продукції. Для підприємств, що функціонують у сфері послуг та торгівлі – ціни, за якими надаються послуги або реалізуються товари; ціни, що сплачені постачальниками товарів; собівартість послуг; обсяг та структура послуг або проданих товарів.

Коефіцієнт витрат та прибутковості продажу пов'язані через коефіцієнт рентабельності виробництва, який дорівнює відношенню валового прибутку до собівартості реалізованої продукції:

Для визначення впливу чинників на прибутковість продажу побудуємо табл.11.

Таблиця 11

Динаміка коефіцієнтів витрат і рентабельності виробництва

Показники	2008 рік	2009 рік	Абсолютна зміна (+,-)	Коефіцієнт динаміки
1.Коефіцієнт витрат	0,888	0,865	-0,023	0,974
2.Валовий прибуток, тис. грн.	54 389	83 816	29 427	1,541
3.Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	433 289	535 202	101 913	1,235

4.Коефіцієнт рентабельності виробництва (2:3)	0,126	0,157	0,031	1,246
5.Коефіцієнт прибутковості продажу (1×4)	0,112	0,136	0,024	1,125

Позначимо фактор «коефіцієнт витрат» через «а», фактор «коефіцієнт рентабельності виробництва» через «b». Тоді, вплив зміни коефіцієнта витрат на зміну коефіцієнту прибутковості продажу дорівнює:

$$(a_1 - a_0) \times b_0 = -0,023 \times 0,126 = -0,003.$$

Під впливом зміни коефіцієнту рентабельності виробництва відбулася така зміна коефіцієнту прибутковості продажу: $a_1 (b_1 - b_0) = 0,865 \times 0,031 = 0,027$. Т.ч., зниження коефіцієнту витрат супроводжується збільшенням коефіцієнту рентабельності виробництва, що й забезпечило зростання коефіцієнта прибутковості на 0,024.

Коефіцієнт витрат знаходиться під впливом управлінських та комерційних витрат. Для аналізу цих показників на зміну коефіцієнта витрат може бути використана наступна мультиплікативна модель:

За даними таблиці 12 визначим коефіцієнти адміністративних витрат, співвідношення витрат на збут і адміністративні витрати, співвідношення собівартості реалізованої продукції та витрат на збут.

Таблиця 12

Динаміка коефіцієнтів адміністративних витрат, співвідношення витрат на збут та адміністративних витрат, собівартості реалізованої продукції та витрат на збут

Показники	2008 рік	2009 рік	Абсолютне відхилення	Коефіцієнт динаміки
1.Коефіцієнт адміністративних витрат	0,028	0,027	-0,001	0,964
2.Коефіцієнт співвідношення витрат на збут та адміністративних витрат	0,348	5,455	1,107	1,255
3.Коефіцієнт співвідношення собівартості реалізованої продукції та витрат на збут	0,246	5,909	-1,337	0,815
4.Коефіцієнт витрат (1×2×3)	0,882	0,870	-0,012	0,986

Зменшення коефіцієнта витрат забезпечує економію витрат на весь обсяг реалізації звітного року у розмірі:

$$(-0,012) \times 619\,018 = -7\,428,2 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, регулювання прибутковості продажу пов'язане з поглибленим аналізом впливу на її складові таких чинників, як: обсяг та структура витрат, цінова стратегія та політика, економічна стратегія, що обрана самим підприємством, галузеві умови діяльності і т. д.

Таким чином, ефективне управління підприємством можливе за умов застосування до аналізу поточних результатів оперативної, надійної та детальної інформації з метою виявлення та усунення причин, які заважають досягненню вказаної мети. Так, за допомогою бюджетування можна скласти

повну картину фінансово-економічного стану торгового підприємства в будь-який момент часу, з'ясувати запас його міцності, визначити потенціал і перспективи розвитку.

Аналіз факт-планових відхилень у системі бюджетування дозволяє виявити проблемні сфери господарчої діяльності, що потребують підвищеної уваги керівництва. Але поєднання бюджетування з факторним аналізом доходів, витрат та фінансових результатів – це якісно нові побудови інформаційно-аналітичної системи управління торговим підприємством. Комплексне використання бюджетування та факторного аналізу дозволить вирішити більшість завдань, пов'язаних із розробленням бюджетів окремих підрозділів крупної торговельної мережі (бюджет витрат на закупку товару; бюджет витрат на продаж).

На нашу думку, подальші розробки щодо бюджетування та аналізу фінансових результатів торгових підприємств повинні бути направлені на необхідність дослідження організації роботи окремих підрозділів підприємства, ведення оперативного обліку доходів, витрат та фінансових результатів, врахування цієї інформації для корегування бюджетів, використання інформації скорегованих бюджетів для продовження діяльності підприємства, скерованої на досягнення основної мети, навіть при зміні ринкових умов продажу.

4. Проблеми оцінювання суб'єктів господарювання – позичальників комерційних банків.

Організація проведення оцінки кредитоспроможності позичальників потребує дослідження сукупності теоретичних та практичних питань, пов'язаних з методологією аналізу.

Теоретичне визначення поняття “фінансовий стан позичальника ” є принциповим з огляду на його практичне використання при визначенні класу кредитоспроможності суб'єктів господарювання.

Існує безліч методик оцінки якості позичальників – методик аналізу фінансового положення клієнта і його надійності з погляду своєчасного погашення позики. Вживані в даний час і рекомендовані способи оцінки кредитоспроможності позичальника спираються, головним чином, на аналіз його діяльності в попередньому періоді і орієнтовані, в основному, на рішення розрахункових завдань. При всьому значенні таких оцінок вони не можуть вичерпно характеризувати кредитоспроможність потенційного позичальника в прогнозі.

Дослідження нормативних документів та літературних джерел фінансового аналізу свідчить про відсутність єдиних підходів щодо трактування поняття “фінансовий стан позичальника”.

Так, у методичних рекомендаціях щодо аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій Державної податкової адміністрації України зазначається, що “фінансове положення (стан) є комплексним поняттям і відображає рейтинг підприємства на фінансовому ринку, його кредито- і

податкоспроможність характеризується системою показників, які визначають на конкретну дату”[125]. Так, дійсно фінансовий стан є відображенням рейтингу підприємства, але фінансовий стан – це не тільки статичне поняття.

У Методиці інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій зазначено: “Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємств, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів” [152]. Таке трактування фінансового стану не відображає його сутності. Сутність фінансового стану виявляється не в комплексності поняття, до того ж поняття не може бути результатом взаємодії певних фінансових відносин, від яких залежатиме фінансова спроможність підприємства щодо забезпечення своєї поточної та перспективної діяльності. Також фінансовий стан не може характеризуватися лише показниками, які відображають наявність, розміщення та використання фінансових ресурсів.

На думку авторів фінансового словника А.Г. Загороднього, Г.Л. Вознюка, Т.С. Смовженко, фінансовий стан – це стан економічного суб’єкта, що характеризується наявністю в нього фінансових ресурсів, забезпеченістю коштами, необхідними для господарської діяльності, підтримання нормального режиму праці та життя, здійснення грошових розрахунків з іншими економічними суб’єктами [72]. Це визначення хоча і більш широке, але не повною мірою визначає сутність даного поняття. Дане визначення обмежується лише наявністю фінансових ресурсів, здійснення грошових розрахунків вказує тільки на рух грошових коштів у процесі нормальної господарської діяльності. Слід зазначити, що більшість науковців погоджуються з визначенням сутності поняття “фінансовий стан”, наведеним у Методиці інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій.

На динамічності фінансового стану наголошують В.В. Ковальов та О.Н.Волкова, які вважають, що оцінка фінансового стану характеризує “потенційну і фактичну можливість підприємства розраховуватися за поточними зобов’язаннями, а також його фінансову стійкість у довгостроковій перспективі” [85].

Застосування терміну “стабільність” до характеристики фінансового стану підприємств є ознакою сталості (постійності) руху як динамічного процесу, що має певну швидкість, темп, вимір прояву співрозмірностей теперішнього стану з минулим. Застосування терміну “стійкість” до динамічного процесу характеризує сталість його прояву в часі, тобто динамічну стійкість [63]. Погоджується з вищенаведеною точкою зору автора І.В. Дем’яненка науковець Т.А. Обущак: “фінансовий стан є динамічним за своєю суттю, але, на нашу думку, в процесі аналізу та оцінки фінансового стану підприємства, насамперед, необхідним є визначення основних характеристик на певну дату, що є його проявом в даному випадку в статистиці”[145].

Розглянувши точки зору науковців щодо визначення фінансового стану підприємства як статичного та динамічного поняття, слід наголосити на тому, що його сутність проявляється як у статистиці, тобто на певний момент часу, так і в динаміці, тобто в характеристиці діяльності підприємства у визначеному періоді. А з точки зору необхідності прогнозування фінансового стану при оцінці кредитоспроможності, доцільно сформулювати таке визначення: фінансовий стан підприємства - це сутнісна характеристика діяльності підприємства у певний період, що визначає реальну та потенційну можливість підприємства забезпечувати достатній рівень фінансування фінансово-господарської діяльності та здатність ефективно здійснювати її у майбутньому.

Дослідники визначають, що система показників, яку прийнято за основу для аналізу кредитоспроможності [151], певною мірою обмежує вірогідність рейтингу позичальників. Так, складнощі, породжувані інфляцією, спотворюють показники, що характеризують можливість погашення позикової заборгованості (це відноситься, наприклад, до показників оборотності капіталу і окремих його частин (активів, основного капіталу, запасів), і неоднаковою динамікою обсягу обороту через випереджаюче зростання цін на реалізовану продукцію і оцінкою залишків (основних засобів, запасів).

Для реальної оцінки фінансового результату суб'єкта господарювання-позичальника, насамперед, необхідна інформація про стан його фінансових ресурсів та їхній рух у часі, тобто про грошові потоки. Використання таких даних є важливим у різних напрямках аналізу - не тільки при визначенні кредитоспроможності, а також у дослідженні фінансового стану підприємства його власниками. Оскільки сутність фінансового стану підприємства тісно пов'язана з дією певних фінансових ризиків, то рівень фінансових ризиків має значний вплив на формування рівня дохідності господарських операцій підприємства (рівень ризику та дохідність знаходяться у взаємозалежності та формують єдину систему "дохідність – ризик ") і може спричинити виникнення ризику втрати платоспроможності та погіршення фінансової стійкості.

Розгляд потенціалу формування фінансових ресурсів як елемента фінансового стану і здатності позичальника одержувати дохід дає змогу здійснювати оптимальне формування власних фінансових ресурсів (із внутрішніх і зовнішніх джерел) і залучення позикових фінансових ресурсів, що обумовлює їх оптимальне використання.

Отже, в цьому полягає необхідність розгляду чинників грошових потоків і фінансового ризику, потенціалу формування фінансових ресурсів та повноту їх використання як елементів кредитоспроможності підприємства.

Не існує єдиних принципів фінансування окремих видів активів, що однозначно забезпечують високу ефективність діяльності підприємства. Кожній політиці фінансування активів відповідає свій рівень ефективності використання капіталу й фінансової стабільності.

В економічній літературі виділяють чотири види загальних політик фінансування активів:

- 1) консервативна політика, при якій всі необоротні активи й частина оборотних коштів фінансуються із власних джерел;
- 2) помірна політика, при якій необоротні активи й частина оборотних коштів фінансуються за рахунок власного капіталу й довгострокових позикових коштів;
- 3) агресивна політика, при якій необоротні активи фінансуються за рахунок власного капіталу й довгострокових позикових коштів, а оборотні кошти – за рахунок короткострокових позикових коштів;
- 4) надагресивна політика, при якій частина необоротних активів фінансується за рахунок короткострокових позикових коштів.

Згідно так званому “золотому правилу фінансування” стан підприємства вважається стійким, якщо всі необоротні активи й частина оборотних активів забезпечені власним капіталом. Існує також “модіфіковане золоте фінансове правило”, що допускає використання довгострокових зобов'язань для фінансування необоротних активів, при цьому загальна сума власного капіталу й довгострокових зобов'язань повинна перевищувати вартість необоротних активів. Необхідно визначити, що в сучасних умовах українські підприємства довгострокових зобов'язань, як правило, не мають, або ж їхня частка вкрай незначна, тому єдиною політикою фінансування, що дозволяє забезпечити високий рівень фінансової стабільності, є консервативна.

Аналіз та оцінка ринкових позицій підприємства дасть змогу визначити вплив на рейтинг позичальника фактору “Економічна кон'юнктура галузі”. З цією метою можна виділити такі напрямки дослідження [87]: рейтингова оцінка, вибір і обґрунтування обсягів і структури видів діяльності (операційної, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та ін.); аналіз впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємницької діяльності господарюючого суб'єкта; аналіз і оцінка стратегій зміцнення ринкових позицій підприємства.

У методологічному аспекті стратегічне управління кредитними ризиками ґрунтується на використанні наукового апарату та інструментарію фінансового аналізу економічних процесів, і це обумовлює необхідність удосконалення методик аналізу кредитоспроможності суб'єктів господарювання для вирішення практичних завдань оцінювання рівня ризику при встановленні рейтингу позичальника, проведенні кредитного моніторингу, а також прогнозуванні ймовірності повернення позики.

Послідовність етапів управління кредитними ризиками, що містять методи стратегії і тактики, на наш погляд, може бути такою:

- попереднє оцінювання підприємства-позичальника (вибіркове або повне обстеження репутації, кредитної історії тощо, вертикальний та горизонтальний аналіз фінансової звітності за декілька років, коефіцієнтний метод);
- кількісна оцінка ризику (бальний метод, експертний метод);

- прогнозування ймовірності погашення кредиту та відсотків (розрахунок математичного очікування, стандартного відхилення, коефіцієнта варіації тощо);
- прийняття рішення щодо надання позики та розрахунок відсоткової ставки;
- кредитний моніторинг (методи аналізу грошових потоків, аналіз фінансових коефіцієнтів).

Попереднє оцінювання ризиків (1-й етап) при аналізі підприємства-позичальника доцільно проводити за декількома напрямками. По-перше, це оцінювання ділової репутації підприємства (вивчається історія розвитку підприємства, його стан на ринку, відповідність важливіших показників підприємства середньогалузевому рівню). По-друге, це оцінювання професіоналізму менеджменту (освіта та досвід роботи керівників підприємства). По-третє, оцінювання фінансового стану та ділової активності підприємства (аналіз структури активів та пасивів підприємства, фінансових коефіцієнтів, грошових потоків, тривалість погашення дебіторської заборгованості, рівень платоспроможного попиту на продукцію підприємства, угоди підприємства із контрагентами, надійність постачання сировини, знос обладнання та ін.).

Методи та напрямки попереднього оцінювання визначаються окремо кожним комерційним банком. Звернемо увагу на деякі напрямки удосконалення коефіцієнтного аналізу при визначенні кредитоспроможності суб'єктів господарювання. Так, для більшості коефіцієнтів існують рекомендовані значення, тобто вимоги для позичальників, але необхідно мати на увазі, що в окремих випадках невиконання цих оптимальних значень не є ознакою поганого фінансового стану. Наприклад, для підприємств, діяльність яких характеризується високою оборотністю активів, стабільним попитом на продукцію, налагодженими каналами постачання та збуту, низьким рівнем постійних витрат (торговельні та посередницькі організації) може зберігатися висока фінансова стійкість при низькій частці власних коштів у загальній вартості майна підприємства. У той же час для капіталомістких підприємств із тривалим періодом обороту коштів, які мають високу частку активів цільового призначення, питома вага позичених коштів у розмірі 50% може бути небезпечною для їх фінансової стабільності.

На етапі кількісної оцінки кредитного ризику банк оцінює ймовірність того, що наданий підприємству кредит не буде повернений. На практиці використовують метод бальних оцінок, при якому кожному фактору кредитного ризику надається відповідна оцінка у балах. Потім на базі цих оцінок із урахуванням їх питомої ваги визначається узагальнюючий бал, залежно від якого підприємство відносять до тої чи іншої групи кредитного ризику. Для кожної групи встановлений свій розмір відсоткової ставки та свої умови забезпечення кредиту. Також існує експертний метод, при якому залучені експерти або консультанти аналізують усі кредитні ризики підприємства та встановлюють ймовірність того, що кредит не буде повернений у зазначений термін.

На етапі прогнозування використовують статистико-математичні методи. Так, для обчислення відсоткової ставки в залежності від імовірності неповернення кредиту в економічній літературі [34] пропонують такий алгоритм:

$$I_r = (I + p) : q \times 100 \% ,$$

де I_r – відсоткова ставка за кредитом із урахуванням ризику;

I – безризикова ставка;

p – імовірність того, що кредит не буде повернений;

q – імовірність того, що кредит буде повернений вчасно і повністю.

Значення p і q визначаються методом бального або експертного оцінювання.

Вищенаведена формула використовується для розрахунку приблизної відсоткової ставки по кредиту в залежності від експертної оцінки імовірності того, що кредит не буде повернений.

Таблиця 1

Приклад розрахунку відсоткової ставки по кредиту із урахуванням ризику (за умов безризикової ставки 15 %)

Імовірність того, що кредит не буде повернений, %	Розрахунок	Відсоткова ставка (із урахуванням ризику), %
1	$(15 + 1) : 99 \times 100 \%$	16,16
5	$(15 + 5) : 95 \times 100 \%$	21,05
10	$(15 + 10) : 85 \times 100 \%$	27,77
20	$(15 + 20) : 80 \times 100 \%$	43,75
30	$(15 + 30) : 70 \times 100 \%$	64,26
50	$(15 + 50) : 50 \times 100 \%$	130
90	$(15 + 90) : 10 \times 100 \%$	1050

На наш погляд, цей метод прогнозування треба використовувати в поєднанні з методом екстраполяції визначених тенденцій у фінансовому стані позичальника, враховуючи напрямки його розвитку або стабілізації.

На цьому ж етапі може виникнути необхідність у прогнозуванні співвідношень між темпами економічного зростання, ліквідності та платоспроможності. Відомо, що фінансові коефіцієнти визначають тільки структуру балансу, а добра структура балансу може не забезпечити економічного зростання та платоспроможності виключно у грошовій формі, оскільки фінансово-економічний стан підприємства визначається також співвідношенням платоспроможності, ліквідності та економічного зростання, причому усі ці фактори можуть діяти у різних напрямках, а відтак здійснюють вирішальний вплив на фінансову стійкість. Для спрямування цих факторів в одному напрямку необхідно знайти такі межі їх зміни, що будуть сприяти зміцненню фінансової стійкості підприємства. В економічній літературі запропоновано такий механізм взаємозв'язку вищевказаних показників, і він показує, що тільки платіжний ресурс або накопичений борг можуть пов'язати і платоспроможність, і ліквідність, і економічне зростання, а зміцнення

фінансової стійкості повністю залежить від співвідношення платіжного ресурсу та накопиченого боргу. Розроблений механізм передбачає визначення діапазону зміни накопиченого боргу, в рамках якого доцільно прогнозування його величини. Грачов А.В. пропонує десять базових варіантів економічного розвитку підприємства в залежності від фактичного значення накопиченого боргу [220].

Прогнозування передбачає моделювання (проектування) основних параметрів діяльності підприємства, взаємозв'язків між ними та визначення умов і термінів їх досягнення. Прогнозування фінансових показників забезпечує інформацією про фінансовий стан фірми у майбутньому, що буде забезпечуватися впливом вихідного рівня (фінансовий стан у ретроспективному періоді), прийнятих рішень щодо фінансово-господарської діяльності фірми, зовнішніх факторів (ринкова кон'юнктура, ситуація у державі тощо) [212].

Прийняття рішення щодо надання позики (наступний етап) здійснюється із урахуванням обраної стратегії ризику. Інструменти зниження ступеня кредитного ризику різноманітні. Частина з них дозволяє зменшити ймовірність реалізації кредитного ризику, інші забезпечують зниження втрат при реалізації кредитного ризику. Так, наприклад, відмова надання позик із високим ступенем ризику, реалізація заходів, що забезпечують підвищення готовності позичальника виконувати зобов'язання за кредитною угодою, реалізація заходів, що забезпечують підвищення фінансових можливостей позичальника, зниження терміну кредитування, підвищення інформованості банку про готовність та можливості позичальника виконувати умови кредитної угоди – це є інструменти, що забезпечують зниження ймовірності реалізації ризику. Способи, що забезпечують зменшення розміру втрат при наявності кредитного ризику, це створення резервів, диверсифікація, розподіл ризику, використання забезпечення, поетапне кредитування, страхування, використання відповідної відсоткової ставки.

Розглянемо більш детально деякі з інструментів.

Так, підвищення інформованості банку про стан та перспективи розвитку позичальника реалізується у такий спосіб – використання інформації про рух грошових коштів позичальника за його рахунком, спеціалізація банку на обслуговуванні групи взаємопов'язаних позичальників (належність до однієї галузі економіки, регіону або пов'язаних співпрацею у рамках виробництва та збуту), організація відносин між банком-кредитором та підприємством-позичальником на основі стійкого партнерства, збір додаткової інформації.

Один із вищеназваних інструментів - банківський відсоток - відображає вартість кредитних ресурсів, тому забезпечення зменшення розміру втрат можна досягти шляхом встановлення банком надбавок за ризик. Це є певною компенсацією потенціальних втрат банку внаслідок невиконання позичальником своїх зобов'язань.

Перед прийняттям рішення про використання інструмента зниження кредитного ризику позичальника співвідносять передбачений до використання інструмент зниження кредитного ризику конкретного позичальника із

засобами зниження кредитного ризику портфелю банку. Так, перед прийняттям рішення щодо використання тієї чи іншої застави необхідно перевірити можливість її використання. А використання відповідної відсоткової ставки потребує попереднього оцінювання кредитного портфелю банку, оскільки необхідно підтримувати оптимальну його структуру.

Кредитний моніторинг (останній етап) проводять із метою прогнозування ймовірності непогашення позики, якою вже користується суб'єкт господарювання, тому показники моніторингу повинні бути високоінформативними. На думку Савчука В., необхідно враховувати, що відображення поточного стану підприємства та його оперативної динаміки за допомогою показників, які формуються протягом року (рентабельність активів, структура капіталу тощо), недоцільно контролювати та аналізувати щомісячно [221]. Теоретично мінімально необхідна система показників для моніторингу стану підприємства-позичальника містить такі фінансові коефіцієнти: середній термін погашення дебіторської заборгованості, оборотність товарно-матеріальних запасів, коефіцієнт швидкої ліквідності (відношення суми грошових коштів, їх еквівалентів, якісної дебіторської заборгованості до поточних зобов'язань), а також відносне зростання (зменшення) чистого доходу від реалізації продукції і питому вагу валового прибутку у чистому доході від реалізації продукції (робіт, послуг). В. Савчук рекомендує при проведенні моніторингу стану підприємства звертати увагу на продуктивність праці (відношення чистого доходу від реалізації продукції до середньої кількості робітників підприємства або фонду заробітної плати) [221]. Обґрунтування цієї пропозиції базується на необхідності дотримання певних співвідношень між залученням нових робітників або підвищенням оплати праці та збільшенням виручки та прибутку підприємства. Відомо, що зростання частки заробітної плати у собівартості продукції є виправданим за умов більш вагомого зростання продуктивності праці, генерованого стимулюванням праці.

При складанні методик кредитного моніторингу позичальників необхідно врахувати, що банківські працівники краще орієнтуються в грошових потоках позичальників, ніж у його виробничих справах. Тому оцінка оборотності запасів, оборотності дебіторської заборгованості або оцінка рентабельності реалізованої продукції, або пошук оптимальних співвідношень між власними та залученими коштами на базі галузевих стандартів можуть не відобразити реальний кредитний ризик при роботі з даним позичальником. Таким чином, буде правильним включати в методики більше показників, що характеризують грошові потоки [116].

Аналіз звітних даних про рух грошових коштів можна доповнювати фінансовим прогнозуванням потоку грошових коштів. Складання прогнозу готівкових коштів, визначення джерел їх надходжень за терміном, а також напрямків їх використання базується на відповідних методиках аналізу. Ретельне прогнозування сум, термінів майбутніх готівкових надходжень та виплат має певні переваги: дозволяє визначити ймовірні майбутні потреби в збільшенні капіталу, що можуть з'явитися протягом декількох місяців;

дозволяє уникнути небажаного накопичення готівки, що не приносить прибутку.

У цілому, оцінюючи стабільність грошових потоків та значну кількість дебіторів та кредиторів (контрагентів підприємства як продавців, так і покупців), можна визначити успішність бізнесу позичальника. Наявність прибутку не гарантує успішності бізнесу. Цією гарантією є наявність власних коштів у розмірі, що дозволяє при значних коливаннях зовнішнього середовища незначно змінювати результати діяльності. Так, при виникненні цінових або виробничих ризиків підприємство самостійно, своїми ресурсами й не роблячи банк заручником, покриє незаплановані витрати.

Як показує практика, всі проблеми виникають у випадку великих фінансових втрат позичальників. Тоді починають діяти такі ризики-фактори, як ризик кредиторів та дебіторів у випадку витрат позичальником через прострочення дебіторської заборгованості або порушення строків угоди з постачальниками; цінові ризики, що виникають при зростанні ціни на сировину або падінні ціни на продукцію; виробничі ризики, які виникають при порушенні ритмічності виробничого процесу та можуть призвести до невиконання договірних зобов'язань. Перелік ризиків можна доповнити неліквідністю або недостатністю забезпечення, курсовим ризиком та іншими.

Отже, можна рекомендувати віднести до найбільш суттєвих факторів, що впливають на рівень загальних ризиків, такі показники, як стабільність грошових потоків та забезпеченість власними коштами, а по заставі – ліквідність забезпечення та достатність забезпечення. Оскільки в умовах ринкових відносин економічні процеси на ринках ліквідних активів ідуть інтенсивно, то оцінка цих змін і відповідно розрахунки фінансових коефіцієнтів на базі несвоєчасної інформації можуть бути некорисними і потребує подальшого розроблення методика визначення інтервалу реагування на зміну стану об'єкта (наприклад, ліквідних активів підприємства) [221].

У банківському суспільстві виникає суттєвий інтерес до інструментів, у яких на сучасному рівні запропоновані програмні рішення з автоматизації процесів класифікації позик та розрахунку резервів. При виборі комп'ютерної системи для цієї мети вирішальне значення надається можливості реалізації конкретних методик та наявності готових підходів до оцінки фінансового стану підприємств, які враховують основні принципи практики кредитування.

Однією з проблем є скептичне відношення банкірів до оцінювання позичальників за допомогою коефіцієнтів і показників, оскільки бухгалтерська звітність не завжди відображає істинний стан підприємства, але практично не існує інших ефективних методів оцінки фінансового боку існування підприємства. Тому, при прийнятті рішення щодо можливості кредитування в першу чергу оцінюють стан позичальника за допомогою балансу, який є моментальною фотографією фінансового стану підприємства, а також звіту про фінансові результати, який показує прибуток (збиток) від усіх видів діяльності. Отже актуальною проблемою оцінки кредитоспроможності позичальників банківських установ залишається вироблення системи критеріальних значень коефіцієнтів фінансового стану для їхнього порівняння,

оскільки існує множина значень, обумовлена галузевою приналежністю, а приведені в економічній літературі бажані значення фінансових коефіцієнтів не враховують галузевих особливостей і специфіки діяльності суб'єктів господарювання. Тобто результати порівняння фінансових показників підприємства із їхніми оптимальними (теоретичними) значеннями можуть дати кредиторів лише оцінку загальної тенденції розвитку потенційного позичальника.

У зв'язку з відсутністю єдиної бази даних середньогалузевих, мінімальних і найкращих для конкретної галузі показників реальна оцінка фінансового стану підприємства банком-кредитором ускладнюється. Тому, на наш погляд, необхідним є створення міжбанківської інформаційної бази, до якої за результатами аналітичної роботи банківських працівників з підприємствами різних галузей економіки заносилися б значення показників фінансового стану підприємств з метою розробки оптимальних величин показників для галузі.

Достатність інформаційного забезпечення для розрахунку обраних кредитором параметрів дозволяє здійснити всебічну діагностику господарської діяльності позичальника. Для банків на сучасному етапі основним джерелом інформації залишається бухгалтерська звітність, за даними якої здійснюється фінансовий аналіз (як класичний так і сучасні модифікації). Проблема полягає в тому, що бухгалтерська звітність представляє собою моментальну фотографію фінансового стану підприємства (відображення вартості майна підприємства та джерел його формування) або фінансові результати (яким чином отримано прибуток та за рахунок яких видів діяльності). Фінансова бухгалтерська звітність не завжди відображає істинний стан підприємства та залежить від кваліфікації бухгалтера. Додатковими джерелами інформації можуть стати статистична та податкова звітність; техніко-економічне обґрунтування проекту із обов'язковим аналізом грошових потоків; кредитні угоди за тими позиками, заборгованість за якими відображена у балансі і не погашена (встановити чи не є вона простроченою), а також угоди позичальника з партнерами – кредиторами, коштами яких він користується (у вигляді товарів або послуг, авансів тощо). Розширення кола критеріїв якісними параметрами, що приймають участь у формуванні оцінки кредитоспроможності, потребує дослідження можливості застосування існуючих методик для аналізу вищезначених факторів.

Ефективність оцінювання фінансово – господарського стану позичальника залежить від чіткої побудови послідовності питань, що допомагає визначити рівень кількісних та якісних параметрів, обраних для оцінки кредитного ризику. Наприклад: основні учасники проекту, спеціалізація кожного з учасників основних товарно-матеріальних потоків, спеціалізація кожного з учасників основних фінансових потоків, основні центри формування витрат і доходів, попередня оцінка прибутковості проекту. Зокрема, попередню оцінку прибутковості проекту здійснюють за інформацією про фактичні результати за попередні періоди (як правило, щомісячні дані управлінського обліку) та бізнес-планом (по можливості із наданням

калькуляцій одиниці продукції, постійних витрат однією сумою за попередні та планові періоди), у якому відображено деталі запланованої діяльності на період користування позикою.

Аналіз вищезначених інформаційних джерел дозволяє об'єктивно оцінити наступні параметри: достовірність наданих документів фінансово-господарського характеру (незначні розбіжності основних показників фінансової звітності та управлінського обліку); адекватність наданих планів (наприклад, коливання виручки, собівартості та ін. у вартісному та натуральному вимірі).

Наявність значних коливань між фінансовою звітністю та управлінською інформацією не є достатнім обґрунтуванням для відхилення даних управлінського обліку при проведенні аналізу. При дотриманні певного постійного співвідношення можна вважати, що інформація надана у частковій формі (наприклад, виручка без ПДВ або показано надходження від основної діяльності без урахування інших надходжень) та в цілому дані управлінського обліку придатні для порівняння. Якщо логічного пояснення значних коливань контрольних показників немає, то пряма робота із такою інформацією призведе до значного викривлення реального стану. Аналогічну процедуру доцільно виконувати не тільки із виручкою, а також з іншими ключовими показниками – собівартістю, адміністративними витратами.

За даними річних значень показників можна дослідити середнє відхилення даних управлінського обліку від даних фінансової звітності (межі норми коливання до 10%). Так, наприклад, розрахунок середнього відхилення скоригованих даних управлінського обліку від даних фінансової звітності (таблиця 2) знаходиться в допустимих межах (максимальне відхилення – 3,5%).

Таблиця 2

**Порівняння виручки від реалізації продукції
за даними форми 2 та управлінської інформації**

№	Показники	2009	2010	2011
1.	Виручка від реалізації продукції (форма 2)	21759,8	17260,3	3185,4
2.	Виручка від реалізації продукції (управлінський облік)	18415,5	14585,4	2747,5
3.	Відхилення, грн. (ряд.1-ряд.2)	3344,3	2674,9	437,9
4.	Відхилення, % (ряд.3/ряд.1 * 100%)	15,4	15,5	13,7
5.	Виручка від реалізації продукції (управлінський облік), скоригована на ПДВ (ряд.2 * 1,2)	22098,6	17502,5	3297,0
6.	Відхилення, грн. (ряд.1-ряд.5)	- 338,8	- 242,2	- 111,6
7.	Відхилення, % (ряд.6/ряд.1 * 100%)	1,6	1,4	3,5

На практиці підприємства іноді надають управлінську інформацію за окремими операціями, що збільшує різницю між показниками управлінського обліку та фінансової звітності, що важливо виявляти та вірно інтерпретувати.

Показники оцінки кредитоспроможності, що ґрунтуються на зіставленні надходження та використання грошових коштів за певний період привертають увагу кредиторів до руху грошових коштів потенційного клієнта. Показник, що характеризує співвідношення чистих надходжень на всі рахунки позичальника до основного боргу за кредитною операцією та відсотками за нею з урахуванням строку дії кредитної угоди, затверджено як обов'язковий Положенням НБУ [151], оптимальне теоретичне значення якого не менше 1,5. На нашу думку, ця межа є необґрунтовано високою, оскільки при високому рівні перевищення грошових надходжень над витратами підприємство не відчуває потреби у додатковому фінансуванні. В економічній літературі запропоновано вважати значення 0,75 для вищезначеного співвідношення ознакою високої платоспроможності підприємства [86].

Крім аналізу цього показника комерційним банкам доцільно досліджувати структуру грошових потоків позичальника. Як правило, позичальник має декілька дохідних статей (видів продукції) із різними обсягами грошових потоків, тому доцільно проаналізувати основні дохідні (витратні) фактори у структурі доходів (витрат) як у вартісному так і в натуральному виразі. Групування незначних компонент у більш вагомій статті має здійснюватися відповідно певним логічним критеріям, що ураховують специфіку діяльності позичальника. Дослідження розвитку основних джерел доходів у розрізі основних структурних зрушень (наприклад, перехід на нові види продукції, орієнтація на більш вартісний сегмент), дає можливість оцінити загальний напрямок розвитку підприємства на короткострокову перспективу.

Як відомо, найбільш застосовуваними у методиках оцінки кредитоспроможності є такі кількісні параметри: ліквідність балансу позичальника, його фінансова стійкість, оборотність активів, рентабельність. Переваги та недоліки коефіцієнтного аналізу ліквідності та фінансової стійкості за даними бухгалтерських балансів, пов'язані із застосуванням миттєвих даних [210]. Перелік параметрів для аналізу фінансової стійкості досить значний, але все-таки основні висновки складаються за оцінкою співвідношення власних і залучених коштів та ступенем мобільності власного капіталу, оскільки вони є основними для прогнозування кредитоспроможності [212].

Широко застосовуються у методиках показники рентабельності. Це один з критеріїв інвестиційної привабливості підприємства, оскільки в узагальненому вигляді рентабельність характеризує наявність умов для розширення та розвитку підприємства, підвищення конкурентоспроможності його продукції, можливості самофінансування. Найчастіше до системи критеріїв відносять показники рентабельності власного капіталу, рентабельності активів, рентабельності продаж тощо. Доцільно враховувати, що фактична величина рентабельності – це номінальна рентабельність, що відрізняється від реальної на рівень інфляції. Реальна рентабельність характеризує купівельну спроможність підприємства. Порівняльний аналіз інформативності окремих коефіцієнтів рентабельності свідчить, що комерційні

банки найчастіше при визначенні класу кредитоспроможності віддають перевагу таким показникам: рентабельність власного капіталу та рентабельність продаж, але зростання їх значень свідчить не тільки про досягнення оптимальних обсягів діяльності або раціонального використання коштів. Так, важливими факторами впливу на рентабельність є відсутність страху ризиків (ризик – джерело рентабельності), тому зростання заборгованості буде сприяти збільшенню рентабельності власного капіталу (ефект важеля). Таким чином, підприємства з меншим рівнем рентабельності можуть генерувати менший фінансовий ризик для кредиторів.

Якісні параметри аналізу (суб'єктивні фактори, від яких залежить фінансовий стан підприємства) дозволяють встановити сильні та слабкі сторони діяльності потенційного позичальника (таблиця 3).

Таблиця 3

Якісні бізнес-фактори

№	Фактори	Сутність
Зовнішні		
1.	Оцінка ринку збуту (попит)	Тенденції та інтенсивність попиту; споживачі на ринку (платоспроможність цільового сегменту); стабільність цін на ринку
2.	Оцінка галузі (пропозиція)	Залежність від технології та спеціалізації; доступність, пропозиції та цінові тенденції на сировину та енергію; залежність від державної політики (постачання, регулятивні бар'єри); ціноутворення; інвестиційна привабливість; рівень та природа конкуренції (продукт або ціни); ступінь проникнення імпорту; загроза від товарів-субститутів
3.	Конкуренція	Розмір ринку; бізнес-позиція на ринку (питома вага); конкурентні переваги; сила споживачів
Внутрішні		
4.	Менеджмент та організація	Власники та організаційна структура; менеджмент та організація; ризики персоналу
5.	Продукти та послуги, що пропонуються	Номенклатура та асортимент; ціноутворення
6.	Продажі	Дистрибуція; торгові умови; клієнтська база; обсяги продаж
7.	Виробнича модель	Технологія виробництва; продуктивність, собівартість
8.	Оцінка стратегії	
9.	Відкритість позичальника та розуміння банком його бізнесу	
10.	Кредитна історія	Із банками; на ринку (постачальники, держава тощо)

На наш погляд, заслуговує уваги система якісних параметрів, що включено у програмний комплекс «Банківський аналітик» [210], які потребують експертного оцінювання та можуть бути вбудовані в систему

визначення інтегрального показника кредитоспроможності шляхом визначення відповідної кількості балів (таблиця 4).

Таблиця 4

Система якісних показників

№ п/п	Характеристика	Кількість балів для визначення узагальнюючого показника
1.	Наявність поточної картотеки розрахункових документів, що не сплачені	0 – так -10 – ні
2.	Кредитна історія	-10 – негативна 0 – позитивна
3.	Прострочена заборгованість бюджетам різних рівней	-10 – так 0 – ні
4.	Прострочена заборгованість робітникам за заробітною платою	-10 – так 0 – ні
5.	Участь позичальника у судових спорах	-10 – приймає 0 – не приймає
6.	Ділова репутація позичальника: добра середня погана	1 0 -10
7.	Якість управління підприємством-позичальником: відмінна добра задовільна погана дуже погана	2 1 0 -1 -2
8.	Якість техніко-економічного обґрунтування позики: відмінна добра задовільна погана дуже погана	2 1 0 -1 -2
9.	Повнота інформації щодо формальних та реальних власників підприємств-позичальників: викривлена чи неповна інформація повна інформація	-10 0

Розглянемо підходи комплексного оцінювання кредитоспроможності. Методика українського комерційного банку, що базується на 4-х групах показників (таблиця 5).

Таблиця 5

Розрахунок інтегрованого рейтингового показника фінансового стану підприємства

Назва показника	Теоретичне значення показника	Вагоме значення показника	Розрахункове значення показника	З урахуванням вагомості
-----------------	-------------------------------	---------------------------	---------------------------------	-------------------------

<i>I група – Попередня оцінка позичальника. Вагомий коефіцієнт – 2</i>				
Період функціонування	0,5-5	0,5	5	2,5
Наявність бізнес-плану	0-1	1,0	-	-
Прибуткова діяльність	0-3	2	2	4
Погашення позичок	0-1	6	-	-
Сплата відсотків	0-1	6	-	-
<i>Разом по групі I</i>				13
<i>II група – Показники платоспроможності. Вагомий коефіцієнт – 5</i>				
Коефіцієнт загальної ліквідності	Не менше 2,0	8	0,95	7,63
Коефіцієнт поточної ліквідності	Не менше 0,5	7	0,64	4,48
Коефіцієнт миттєвої ліквідності	Не менше 0,2	6	0	-
<i>Разом по групі II</i>				60,5
<i>III група – Показники фінансової стійкості</i>				
Коефіцієнт маневреності власних коштів	Не менше 0,5	6	Менше 0	-
Коефіцієнт незалежності	Не більше 1	5	0,94	4,7
Коефіцієнт автономії	Не менше 0,5	4	0,52	2,08
Коефіцієнт фінансової залежності	Не більше 0,5	4	0,48	1,92
Чистий робочий капітал	зростання	4	Менше 0	-
<i>Разом по групі III</i>				34,8
<i>IV група – Показники надійності і ділової активності. Вагомий коефіцієнт – 2</i>				
Коефіцієнт забезпечення кредиту	Не менше 1,6	8	-	-
Коефіцієнт оборотності матеріальних	2	2	9	18

запасів				
Коефіцієнт оборотності активів	2	2	1.1	2.2
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	2	2	3,7	7,4
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2	2	2,5	5
Коефіцієнт рентабельності продаж	зростання	2	0.01	0.02
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	зростання	2	0.02	0.04
Коефіцієнт рентабельності активів	зростання	2	0.01	0.02
<i>Разом по групі IV</i>				65,4
Всього				173,7

Таблиця 6

Рейтингова шкала для визначення класу позичальника

Значення показника	Клас позичальника
Понад 200	А
Від 160 до 199	Б
Від 135 до 159	В
Від 110 до 134	Г
Менше 110	Д

Відповідно до рейтингової шкали визначення класу позичальників (таблиця 6) аналізоване підприємство може бути віднесено до класу Б. При доброму обслуговуванні боргу його кредитна заборгованість класифікуватиметься як заборгованість «під контролем», тобто коефіцієнт резервування (за ступенем ризику) становитиме 5%.

Інша досліджувана методика базується на механізмі трансформації системи ранжирування із використанням підходів, що враховують як аналітичні (таблиця 7) так і якісні показники, перелік та формалізований опис яких наведено у таблиці 8.

Розподіл потенційних позичальників здійснюється за 4-ма групами:

1. Перша група (сума балів від 21 до 25): підприємство фінансово стійке, має високу рентабельність. Його платоспроможність не викликає сумнівів. Якість фінансового та виробничого менеджменту висока. Підприємство має відмінні шанси для подальшого розвитку.

2. Друга група (сума балів від 11 до 20): платоспроможність та фінансова стійкість підприємства знаходяться в цілому на достатньому рівні. Підприємство має задовільний рівень доходності, хоча окремі показники знаходяться нижче рекомендованих значень. Підприємство недостатньо стійке до коливань ринкового попиту на продукцію (послуги) та інших факторів фінансово-господарської діяльності. Робота із підприємством потребує зваженого підходу.

3. Третя група (сума балів від 4 до 10): підприємство фінансово нестійке, воно має низьку рентабельність для підтримання платоспроможності на достатньому рівні. Інвестиції в дане підприємство пов'язані з високим ризиком.

4. Четверта група (від 0 до 3 балів): підприємство знаходиться у глибокій фінансовій кризі. Розмір кредиторської заборгованості великий, воно не може розрахуватися за своїми зобов'язаннями. Ступінь кризи підприємства настільки глибока, що ймовірність поліпшення ситуації низька.

Таблиця 7

Аналітичні показники, що використано для комплексної характеристики кредитоспроможності підприємства

Показники	Інтервали значень
1. Рентабельність власного капіталу 1 група 2 група 3 група 4 група	Перевищує ставку рефінансування ЦБ Від 0,5 до рівня ставки Від 0 до 0,5 Не більше 0
2. Рівень власного капіталу 1 група 2 група 3 група 4 група	Не нижче 70 % Від 60 % до 70% Від 50 % до 60 % Нижче 50 %
3. Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом 1 група 2 група 3 група 4 група	Більше 1,1 Від 1 (включно) до 1,1 Від 0,8 до 1 Менше 0,8
4. Тривалість обороту короткострокової заборгованості за грошовими платежами 1 група 2 група 3 група 4 група	Не більше 60 Від 61 до 90 Від 91 до 180 Більше 180
5. Тривалість обороту чистого виробничого оборотного	

капіталу	
1 група	Не більше 30
2 група	Більше 30 або в інтервалі -10-0
3 група	-10-30
4 група	Менше -30

До системи показників можна додати й інші якісні критерії, зокрема загальний стан галузі, ступінь залежності від державних дотацій, значущість позичальника у межах регіону тощо.

Таблиця 8

Якісні показники для комплексної характеристики кредитоспроможності підприємства

Характеристика	Бали	Характеристика	Бали
Наявність поточної картотеки несплачених розрахункових документів: -так -ні	-10 0	Наявність простроченої заборгованості перед бюджетами різних рівнів: -так -ні	-10 0
Наявність негативної кредитної історії: -так -ні	-10 0	Чи притягнутий позичальник до судових розглядів: -так -ні	-10 0
Наявність простроченої заборгованості перед робітниками по заробітній платі: -так -ні	-2 0	Ділова репутація позичальника: -добра -середня -дуже погана	1 0 -10
Надане техніко-економічне обґрунтування позики: -відмінне -добре -задовільне -погане -дуже погане	2 1 0 -1 -2	Якість управління підприємством-позичальником: -відмінно -добре -задовільно -погано -дуже погано	2 1 0 -1 -2

Таблиця 9

Розрахунок інтегрованого рейтингу

показники	значення	Бали
Фінансові показники		
Група фінансового стану	2	25
Якісні показники		
Наявність поточної картотеки несплачених розрахункових документів	Ні	0
Наявність простроченої заборгованості перед бюджетами	Ні	0
Наявність простроченої	Так	-2

заборгованості перед робітниками		
Наявність негативної кредитної історії	Ні	0
Ділова репутація позичальника	Добре	1
Якість управління	Добре	1
Притягнуто позичальника у судові справи	Ні	0
ТЕО кредиту	Добре	1
Загалом	Середнє	26

Загальне значення визначено як середнє, оскільки із підвищенням суми нарахованих балів інтегральна характеристика інтерпретується наступним чином:

- Менш 23 балів – поганий стан
- Від 23 до 31 бала – середній стан
- Не менш 31 бала – добрий стан.

Для загальної оцінки стану позичальника розраховують ліміт кредитування. Визначення ліміту кредитування ґрунтується на комплексному аналізі фінансових потоків підприємства у сукупності із його фінансовим станом відповідно діючій фінансовій звітності. Ліміт не визначає суму кредиту у кожному окремому випадку, показує загальну величину можливого надання позики.

Розрахунок ліміту не повинен проводитися формально, необхідно проаналізувати додатково наступні елементи фінансових документів:

- величина та структура активів та пасивів;
- джерела фінансових активів;
- прибутковість: (прибуток на гривню виробничих витрат); прибуток на інвестицію (ROI); прибуток на власний капітал (ROE);
- ліквідність та платоспроможність;
- співвідношення борг/ власний капітал до моменту фінансування, показник фінансової незалежності;
- власний капітал у порівнянні із боргом після запропонованого фінансування;
- розмір власних оборотних коштів та коефіцієнт маневреності;
- коефіцієнт обслуговування боргу: (чистий прибуток + амортизація + відсоток) / виплачена сума позики та відсотків;
- рентабельність продаж.

Використання фінансових коефіцієнтів потребує певної обережності, оскільки вони не завжди об'єктивно відображають реальну ситуацію у зв'язку із інфляцією. У деяких випадках доцільно проведення фінансових розрахунків у доларах або євро для забезпечення зіставлення даних за різні періоди.

Ліміт кредитування формується із окремих лімітів і розраховується за формулою:

$$Л = ЛФ + ЛО + ЛН + Лз-х + ЛД,$$

де ЛФ – фінансовий ліміт;

ЛО – ліміт основних засобів;

ЛН – ліміт незнижуваного залишку;

Лз-х – ліміт, що підкріплений зобов'язаннями 3-х осіб;

ЛД – ліміт довіри.

Базовою величиною для розрахунку фінансового ліміту є середньомісячна величина грошових надходжень на рахунки підприємства за останні три місяця.

Вищезначена базова величина ліміту коригується знижуючими (підвищуючими) фільтрами шляхом множення на такі коефіцієнти:

1) Чи є підприємства клієнтом даного банку?

- клієнт (наявність усіх поточних рахунків у даному банку) – 1;
- клієнт (наявність одного із поточних рахунків у даному банку) – 0,9;
- не клієнт – 0,8.

2) Наявність надходжень у виді позик.

Якщо термін початку позики, що отримана підприємством, припадає на один із трьох місяців, грошові надходження з яких використовуються для розрахунку ліміту, величина надходжень даного місяця зменшується на суму кредиту.

3) Наявність діючих кредитів.

- термін погашення кредиту на протязі місяця з моменту розрахунку ліміту – базова величина зменшується на суму кредиту;
- термін погашення кредиту на протязі трьох місяців з моменту розрахунку ліміту – базова величина зменшується на 1/3 кредиту;
- термін погашення кредиту більше трьох місяців з моменту розрахунку ліміту – базова величина зменшується на 1/6 кредиту.

4) Тенденції надходження грошових коштів на рахунки підприємства.

- тенденція зростання грошових надходжень – 1,1;
- величина надходжень постійно однакова по місяцях – 1;
- величина надходжень коливається по місяцях – 0,9;
- тенденція зменшення грошових надходжень – 0,8;
- тенденція зменшення грошових надходжень у 1,3 рази і більше – 0,7.

5) Стабільність надходжень грошових коштів на рахунки підприємства.

- надходження у місяць 18 днів із 24 стабільно еквівалентні – 1;
- надходження менш ніж 18 днів у місяць – 0,8;
- немає даних – 0,9.

При розрахунку ліміту основних засобів аналізують наявність у підприємства ліквідної нерухомості та обладнання, що знаходяться на його балансі. Прийняття ліміту основних засобів у якості складової загального ліміту має місце після оцінки наданих у заставу основних засобів.

При розрахунку ліміту незнижуваного залишку визначають загальну суму фінансового покриття, що знаходиться на рахунках підприємства, відкритих у даному банку, та акумулюючи кошти підприємства із урахуванням понижуючого коефіцієнту 0,8. Величина коефіцієнта коригування може коливатися в залежності від ліквідності фінансового покриття.

При розрахунку ліміту, що підкріплений зобов'язаннями 3-х осіб аналізують наявність у підприємства відповідних зобов'язань (наприклад,

зобов'язання засновників) і характеризує наявність у підприємства відповідних зобов'язань і є додатковою складовою загального ліміту.

Розрахунок ліміту додаткової довіри визначається керівництвом банку і затверджується на кредитному комітеті як суб'єктивна оцінка можливості додаткового лімітування клієнту.

Аналіз діючих методик розрахунку ліміту кредитування показав, що в окремих випадках затверджують бланковий ліміт підприємства, який кількісно виражає потенційно максимальну величину, у межах якої банк може здійснювати кредитні операції із конкретним клієнтом без забезпечення.

Таким чином, збалансоване поєднання аналітичних та якісних показників, а також відповідність вимогам Положення визначають прикладну спрямованість вищенаведених методик. Використання банками спеціалізованої комп'ютерної системи дозволяє створити на базі методики її модифікації або реалізувати власні алгоритми розрахунку інтегрованого рейтингу позичальника. Зокрема, методики деяких банків передбачають розподіл показників по групам, урахування вагових коефіцієнтів та різних умов віднесення підприємств до певної категорії за результатами оцінки їх фінансового стану.

5. Методичні особливості економічного аналізу діяльності інших суб'єктів господарювання.

5.1. Економічні аспекти ефективного функціонування підприємств готельного господарства.

У ринкових умовах готельне підприємство і його структурні підрозділи здійснюють свою виробничо-експлуатаційну діяльність на основі самоокуповування витрат на виробництво і реалізацію продукції і послуг. Для забезпечення стійкого розвитку і подальшого відтворення в процесі експлуатаційної діяльності готельне підприємство повинне одержати прибуток, який виступає критерієм ефективності підприємницької діяльності.

Прибуток надає стимулюючу дію на зміцнення госпрозрахунку, дозволяє задовольняти економічні інтереси держави, підприємства, працівників і власників. Об'єктом економічних інтересів держави є та частина прибутку, яку підприємство сплачує у вигляді податку на прибуток, а суспільство використовує для розвитку економіки країни. Економічні інтереси підприємства задовольняються за рахунок чистого прибутку. За рахунок цього прибутку підприємство вирішує виробничі і соціальні задачі свого розвитку. Економічні інтереси працівників пов'язані з матеріальним стимулюванням і соціальними виплатами, джерелом яких є чистий прибуток підприємства. Власники також зацікавлені в збільшенні прибутку підприємства, оскільки збільшуються їх дивіденди і капітал [218, 134].

Прибуток в готельному господарстві визначається як різниця між виручкою (доходом) від реалізації продукції і послуг (за вирахуванням непрямих податків) і витратами на виробництво і реалізацію, що включаються в собівартість продукції і послуг готелю.

Тому, основним показником господарської діяльності готельних господарств є дохід (виручка) від реалізації послуг. На державному рівні він характеризує ступінь задоволення потреб населення в культурних благах. Крім того, обсяг виручки від продажу послуг впливає на стан грошового обігу в державі, так як більша частина туристичних послуг надається за готівку.

Поряд з показником грошової виручки (доходу) в готельних господарствах використовують кількісний показник – кількість людино-днів. Застосування цього показника дозволяє визначити ступінь задоволення конкретних культурних потреб, а також оцінити якість роботи готельного підприємства [19, 40].

Поточна інформація про фактичний дохід (виручку) від надання готельних послуг відображається в регістрах бухгалтерського обліку та в фінансовій звітності (форма № 2 “Звіт про фінансові результати”). Більш конкретна інформація про обсяг наданих послуг міститься в спеціальній статистичній формі № 1-готель “Звіт про роботу готелю”. Вона складається із чотирьох розділів і додатку.

В першому розділі надається характеристика підприємства (площа, місткість, кількість номерів на кінець року).

В другому розділі вказуються структурні підрозділи сфери сервісу (ресторан, кафе, бар, пральні і т.д.).

В третьому розділі освітлюється діяльність готельного підприємства (скільки обслуговано приїжджих, час їх перебування).

В четвертому розділі наводяться основні фінансові показники (доходи, експлуатаційні витрати, кількість працюючих).

В додатку показується технічне оснащення номерів.

Інформація, що вказується у названих звітах, використовується керівництвом готельних господарств та фахівцями для аналізу ефективності діяльності готельного підприємства.

Так як, одержання прибутку у готельних підприємствах забезпечується виручкою (доходом) від реалізації послуг, тому основою стратегії розвитку готельного підприємства є оптимізація доходу від реалізації послуг. Без підвищення прибутковості готельних підприємств не може бути вирішена проблема організації і розвитку туризму в Україні, виведення його на світовий рівень, який забезпечує величезні прибутки підприємцям і доходи державі [66, 156]. Стратегія оптимізації доходу передбачає розробку заходів для його збільшення.

Доход вважається оптимальним, якщо його вистачає для сплати податків, покриття витрат і утворення фонду саморозвитку підприємства. Така оптимізація вимагає обґрунтування ефективної структури джерел формування і напрямів використання доходу з виділенням тієї частки прибутку, яка необхідна для реінвестування.

І тому серед проблем управління прибутком готельного господарства найгостріше встає питання розробки стратегії формування доходу.

Стратегія формування доходу – це логічно побудована програма перспективних заходів, спираючись на яку підприємець зможе досягти поставлених цілей. Така стратегія передбачає розробку правил і прийомів, за допомогою яких досягається основна мета підприємництва – отримання прибутку.

Прибуток у діяльності готельних господарств забезпечується, насамперед, за рахунок доходу від реалізації послуг. У такій ролі доход сам стає стратегічною метою суб'єкта підприємництва і потребує обґрунтування.

В умовах низької рентабельності та збитковості готельних господарств гостро стоїть проблема збільшення доходів. Вирішення цієї проблеми вимагає розробки стратегії розвитку підприємств на основі вибору ефективних джерел формування доходу й обґрунтування раціональних напрямів його використання. Особливе місце в такій стратегії посідає прогнозування оптимального рівня й обсягу доходу. Кінцевою метою прогнозування є визначення ефективних джерел одержання і доцільних напрямів розподілу доходів підприємства. Тому стратегія доходу охоплює програму дій підприємців, спрямовану на пошуки стійких та ефективних джерел його формування і розробки раціональної системи використання.

При розробці стратегії необхідно пам'ятати: ринкові відносини визначають самостійність стратегічних розробок підприємств, але не анархію. Самостійність знаходиться під регулюючим впливом держави.

Загалом під стратегією доходу суб'єктів готельної діяльності слід розуміти систему довгострокових цільових завдань, спрямованих на одержання такого обсягу доходів, якого вистачить для сплати податків і обов'язкових зборів, відшкодування витрат і одержання прибутку для забезпечення саморозвитку підприємства та винагороди праці й капіталу.

Стратегія в такому розумінні передбачає форму розімкнутого кола, в якому завершальний етап – використання доходу – потребує виходу на новий, вищий, рівень його формування. Стратегія повинна базуватися на розвитку готельної діяльності по спіралі. Спіралеподібна стратегія здатна вивести підприємство на вищий рівень прибутковості і забезпечити поступальні темпи розвитку.

Здійснення стратегії доходу в готельному господарстві являє собою розтягнутий у часі процес реалізації базової економічної стратегії розвитку підприємства. При цьому враховуються сильні сторони існуючих видів і форм готельного господарства і сильні сторони самого підприємства, які можуть відігравати вирішальну роль при виборі стратегії нарощування доходів. Важливо також вишукати можливості розширення діяльності в нових для турпідприємства умовах, які мають резерви для росту доходу. Вибір стратегії росту повинен спиратися на стратегію концентрованого або інтегрованого росту.

Для ухвалення остаточного рішення і затвердження розробленої стратегії формування й розподілу доходу необхідно оцінювати її дієздатність, щоб заздалегідь виключити нездійсненні варіанти. При оцінюванні дієздатності стратегії необхідно установити, наскільки вона спроможна забезпечити виконання базової стратегії і чи вписується вона в ринкову ситуацію, чи враховує комерційний ризик і способи його мінімізації.

Досягнення стратегічних цілей ефективного нарощування доходу не можливе без підвищення ролі економічного аналізу. Це пояснюється тим, що при формуванні доходів у ринкових умовах готельним підприємствам необхідно знати, насамперед, обсяг своїх витрат; постійно володіти інформацією про ціни конкурентів; вивчати, за якою ціною туристи готові купувати послуги; знати реальну платоспроможність потенційних покупців послуг; порівнювати ціни на нові види турпродукту з цінами традиційних послуг і т.д.

Усе це потребує аналітичного підходу до обґрунтування обсягу і структури реалізації туристичного продукту та послуг.

Тому, механізм розробки стратегії доходу підприємства неможливий без повної, точної, систематизованої інформації про практику його формування, розподілу та використання. Таку інформацію дає моніторинг.

Моніторинг доходу підприємств готельного господарства – це механізм постійного спостереження, аналізу та підготовки даних для прогнозування можливостей розвитку підприємств на власній доходній основі.

Результати аналізу доходу є інформаційною базою для коригування діючої або вибору нової стратегії формування та використання доходу. Без усебічного моніторингу неможливо обґрунтування стратегії і тактики формування та розподілу доходу підприємств.

Механізм розробки стратегії доходу підприємства у сучасних умовах неможливий без повної, точної, систематизованої інформації про практику його формування, розподілу та використання. Таку інформацію надає аналіз джерел формування та напрямів використання доходу та прибутку підприємств готельного господарства – це механізм постійного спостереження, який дозволяє підготувати дані для прогнозування можливостей розвитку підприємств на власній доходній основі.

Результати аналізу доходу та прибутку є інформаційною базою для коригування діючої або вибору нової стратегії формування та використання доходу та прибутку. Без усебічного аналізу неможливе обґрунтування стратегії і тактики управління підприємством та оптимізації доходу і прибутку готельних підприємств. Оскільки сутність управління підприємством полягає в спрямованості керованого об'єкта на досягнення поставлених цілей, то однією з характеристик його результативності має виступати ефективність, як ступінь досягнення поставлених цілей.

Поняття ефективності широко використовується та застосовується, як правило, в точному розумінні слова: ефективно те, що приводить до результату, ефективний - значить діючий [132, с. 24]. Дане поняття розглядалось таким авторами, як Курочкін А.С., Мазур І.І., Шапіро В.Д., Ольдерогге Н.Г., Маркіна І.А., Мільнер Б.З., Румянцева З.П., Туленков Н., Устенко О.Л. [103, 131, 132, 133, 169, 195, 196] та ін.

Розвиток підприємств готельного господарства викликає необхідність появи концепції ефективності туристичних та готельних послуг, яку розглядали такі автори, як Чудновський А.Д., Яковлев Г.А. [208, 217, 218] та ін.

Ефективність є однією з ключових категорій економіки, що безпосередньо пов'язана з досягненням кінцевої мети розвитку як суспільного виробництва в цілому, так і кожного окремого підприємства

З метою вирішення завдання, яке полягає у визначенні підходу до оцінки ефективності управління підприємством та розробці для її реалізації відповідного методичного забезпечення, необхідно встановити, що являє собою ефективність підприємств готельного господарства.

Ефективність готельних підприємств у загальному виді визначають як відношення результатів їх діяльності до витрат, направлених на їх якісне досягнення.

Практика показує, що оцінка невиробничої сфери за допомогою тільки показників результатно-витратного підходу не націлює їх на досягнення високих кінцевих результатів діяльності, дослідження внутрішніх резервів і не сприяє на ділі підвищенню ефективності послуг, що надаються. Тому виділяють наступні види ефективності:

- за потребами (відношення цілей до потреб, ідеалів і норм);

- результативну (відношення досягнутого результату до переслідуваних цілей);
- витратну (відношення витрат до досягнутих результатів).

Крім того виділяють ефективність внутрішню та зовнішню. Внутрішня – визначається відношенням витрат ресурсів до обсягу реалізації або кількості проданих номерів. Зовнішня – враховує структуру потреб та ступінь задоволення її готельним підприємством.

По мірі насичення ринку готельними підприємствами виникає необхідність ефективного управління підприємствами цієї галузі що у свою чергу спонукає до збалансованості ефективності використання ресурсів та привабливості послуг для споживачів, тобто збалансованості внутрішньої та зовнішньої ефективності.

Також слід зазначити, що ефективність підрозділяється на статистичну та динамічну. Статистична - характеризує процес пристосування до економічної ситуації, яка складається на даний час. Динамічна – характеризує тенденцію до розвитку та необхідна для стратегічного управління підприємством. Використання лише способів управління статистичною ефективністю може негативно відбитися на перспективах розвитку підприємств готельного господарства. У той же час надмірне захоплення динамічними аспектами ефективності може призвести до невиправданих витрат, втрати темпів його переходу в нову якість ефективності.

При проведенні аналізу поточної і стратегічної ефективності використовуються показники, що відображають внутрішню структуру ресурсів і що дають додаткову інформацію про ефективність підприємства. Найбільш поширеною є теза, що підприємство готельного комплексу повинне працювати так, щоб забезпечити максимальний дохід, який асоціюється з рентабельною роботою, зростанням прибутку та зниженням витрат.

Для аналізу системи показників ефективності у вітчизняній науці та практиці виділяють наступні групи:

- узагальнюючі показники ефективності;
- показники ефективності трудових ресурсів;
- показники ефективності використання основних засобів, оборотних коштів та капітальних вкладень;
- показники ефективності використання матеріальних ресурсів;
- показники економічної ефективності нової техніки та технологій.

Крім розглянутих груп, система показників ефективності доповнюється іншими характеристиками в залежності від цілей, ступеню деталізації та глибини аналізу [218, с.194 - 200].

Так, для підприємств готельного господарства виділяють специфічні показники оцінки економічної ефективності, які пов'язані з показником забезпеченості готелями та завантаженням номерного фонду.

Ефективне функціонування готельного господарства стане індикатором позитивних змін в економіці нашої держави, важливою передумовою інтенсифікації міжнародних зв'язків та інтеграції країни у світове

співтовариство. Все це зумовлює необхідність дослідження різних аспектів, пов'язаних зі станом та розвитком готельного господарства України.

За останні 16 років кількість підприємств готельного господарства в Україні збільшилась на 335 одиниць, або на 24%. Але, починаючи з 1997 року по 2004 рік спостерігалось постійне їх скорочення на 183 одиниці й тільки з 2005 року по 2010 рік порівняно з попередніми періодами їх кількість почала збільшуватись (рис. 1).

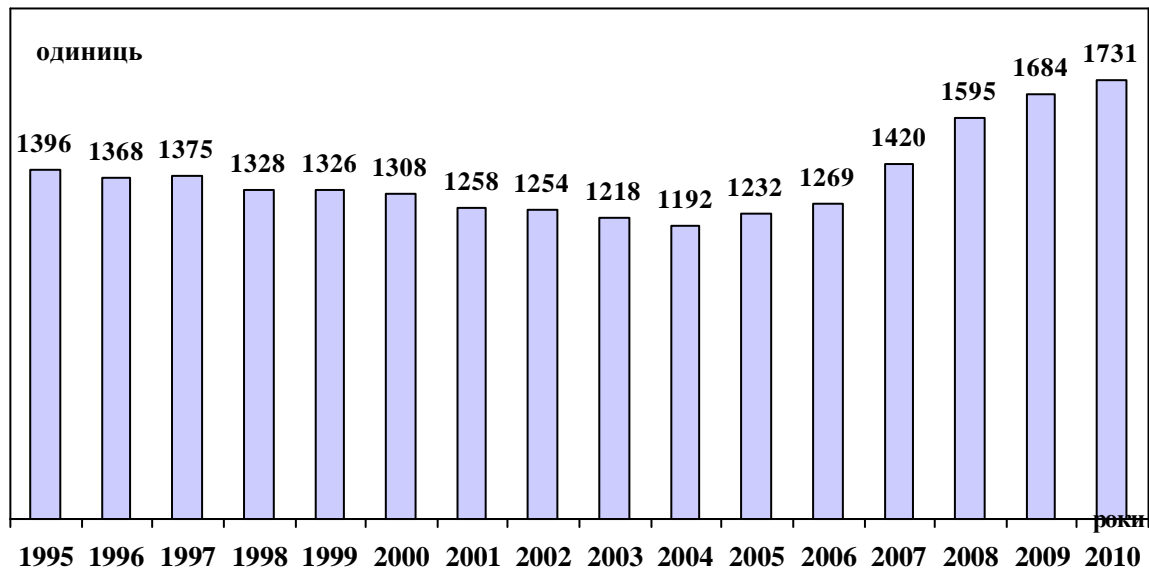


Рис. 1. Динаміка кількості підприємств готельного господарства в Україні у 1995-2010 р.р. (на кінець періоду).

Відповідно до функціональної структури, за даними 2010 року, найбільш поширеними типами готельних підприємств в загальній їх кількості по Україні є готелі (49,1%) та гуртожитки для приїжджих (10,1%), найменші частки – кемпінги (0,6%) та готельно-офісні центри (0,4%) та (рис.2).

Показник забезпеченості готелями визначається кількістю готельних місць на 1000 мешканців. По Україні такий показник у 2010 р., як і у 2009 р., становив 1,7 готельного місця на 1000 мешканців. Більша, ніж у середньому по Україні, забезпеченість готелями на 1000 мешканців була у 7 регіонах, найбільша у м. Києві – 4,5 готельного місця проти 4,6 готельного місця у 2009 р., в Автономній Республіці Крим – 4,2 готельного місця проти 4,5 у 2009 р., у Львівській області – 2,8 готельного місця проти 2,6 у 2009 р., у Закарпатській, Одеській, Волинській та Івано-Франківській областях показник забезпеченості готельними місцями незначно коливався порівняно з 2009р. і становив від 2,5 до 1,7 готельного місця.

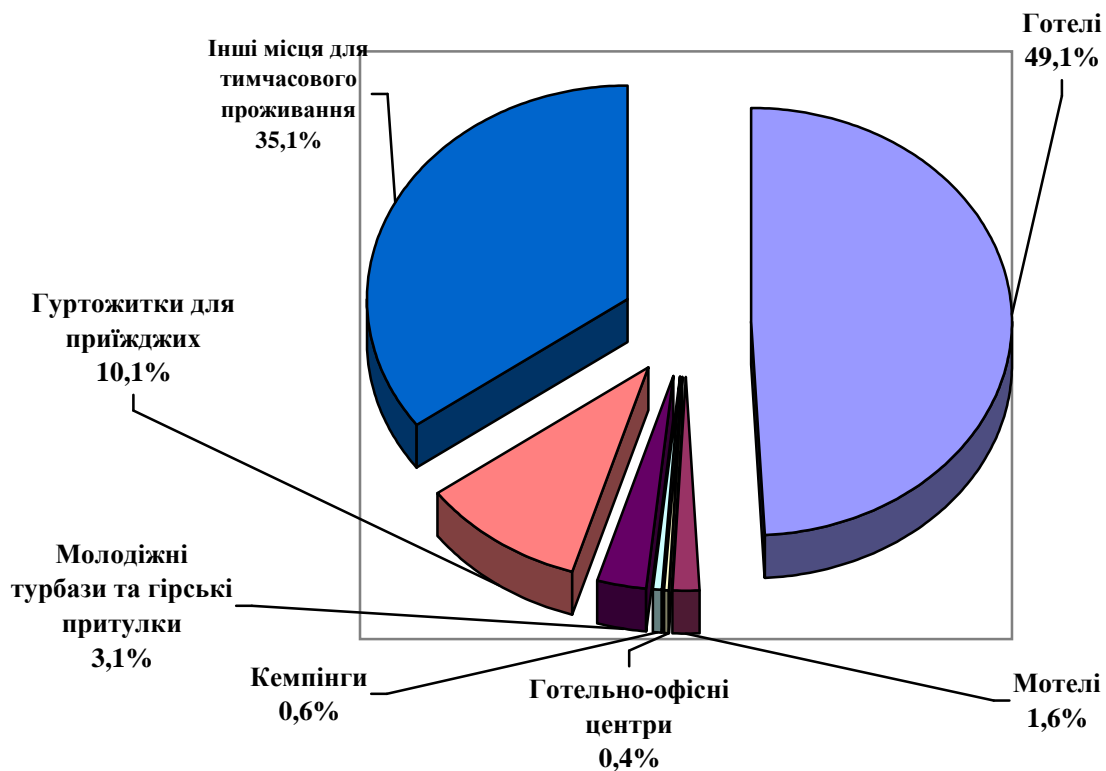


Рис. 2. Розподіл підприємств готельного господарства України за типами на 01.01.2011 р., %

До показників завантаження номерного фонду можливо віднести коефіцієнт використання місткості готелів (рис. 3) та коефіцієнт завантаження готелів (рис. 4). Розглянемо загальну динаміку даних коефіцієнтів по Україні за 1999 – 2010 роки.

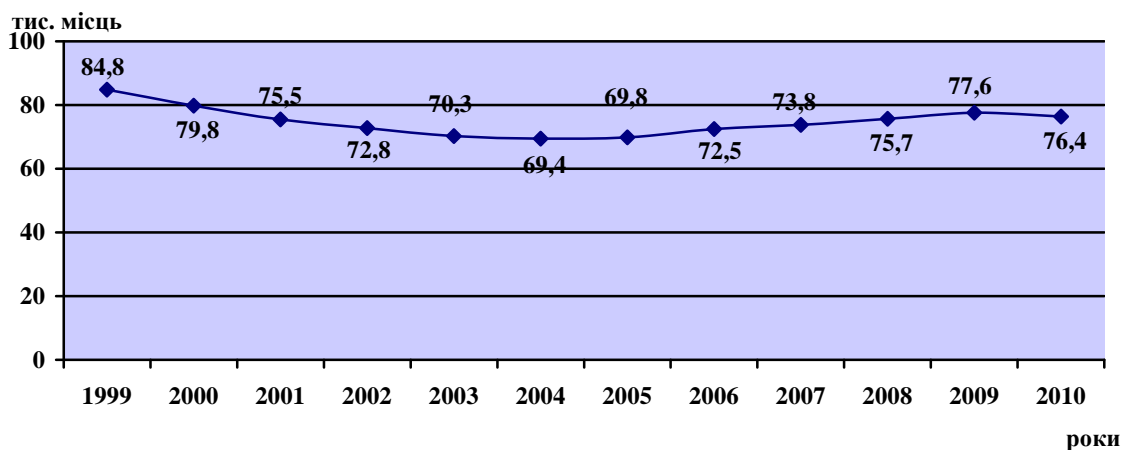


Рис. 3. Загальна місткість готелів у 1999-2010 роках

Загальна місткість готелів України, починаючи з 1999 р. і включно до 2004 р., постійно зменшувалась при використанні номерного фонду менше, ніж на третину. У 2004 р. при підвищенні коефіцієнта використання простежується зниження місткості готелів. Значне поліпшення ситуації простежується, починаючи з 2005 р., ця позитивна тенденція зберігається до цього часу.

У 2010 р. загальна місткість готелів зменшилась порівняно з 2009 р. на 1,3 тис. місць і склала 76,4 тис. місць. Середня місткість готелю у 2010 р. не була досить високою і становила 90 місць, у той час як середня місткість інших місць для тимчасового проживання становила 149 місць, однієї молодіжної турбази та гірського притулку – 106 місць.

Протягом останніх 12 років середньорічний коефіцієнт використання місткості готелів України щорічно змінювався. Починаючи з 1999 р. цей показник зріс з 0,23 до 0,28 у 2002 р., у 2003 р. – досяг 0,32, протягом 2004 – 2006 р.р. становив 0,34, у 2007 р. зростав і досяг 0,35, у 2008 – 2009 р.р. намітилась тенденція зниження коефіцієнта використання місткості готелів з 0,31 до 0,23. У 2010 р. коефіцієнт використання місткості готелів підвищився до 0,24. Максимальне використання місткості готелів – 0,44 – було у м. Севастополі, м. Києві – 0,43, Хмельницькій та Харківській областях – 0,37 та 0,30 відповідно, а мінімальне – 0,11 – було в Івано-Франківській області. У Київській та Чернігівській областях, Автономній Республіці Крим, Вінницькій та Рівненській областях цей показник становив від 0,28 до 0,25.

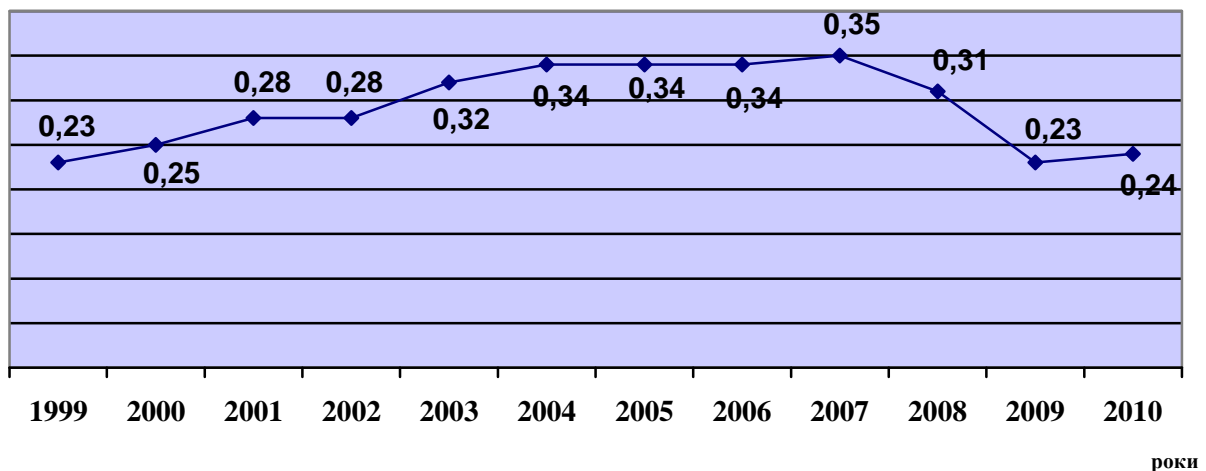


Рис. 4. Коефіцієнт використання місткості готелів у 1999 – 2010 роках

Отже ми бачимо, що у 2010 році порівняно з 2009 роком відбулось зменшення загальної місткості готелів, але також відбулось і зменшення її використання. На коефіцієнт використання місткості значною мірою впливає кількість осіб, обслужованих у готелях та загальний час перебування приїжджих. Тому необхідно розглянути які зміни відбулись у динаміці цих показників.

При дослідженні динаміки кількості приїжджих осіб, обслужованих у готелях України було виявлено певну позитивну тенденцію їх зростання

починаючи з 1999 року по 2008 рік, але у 2009 році цей показник зменшився (рис. 5). У 2010 році в Україні підприємствами готельного господарства було обслуговано 4047,8 тис. осіб, що вище рівня обслугованих у 2009 році на 11,8%, але менше рівня 2008 року на 11,8%. Також тенденція спостерігається й по показнику “іноземні приїжджі”.

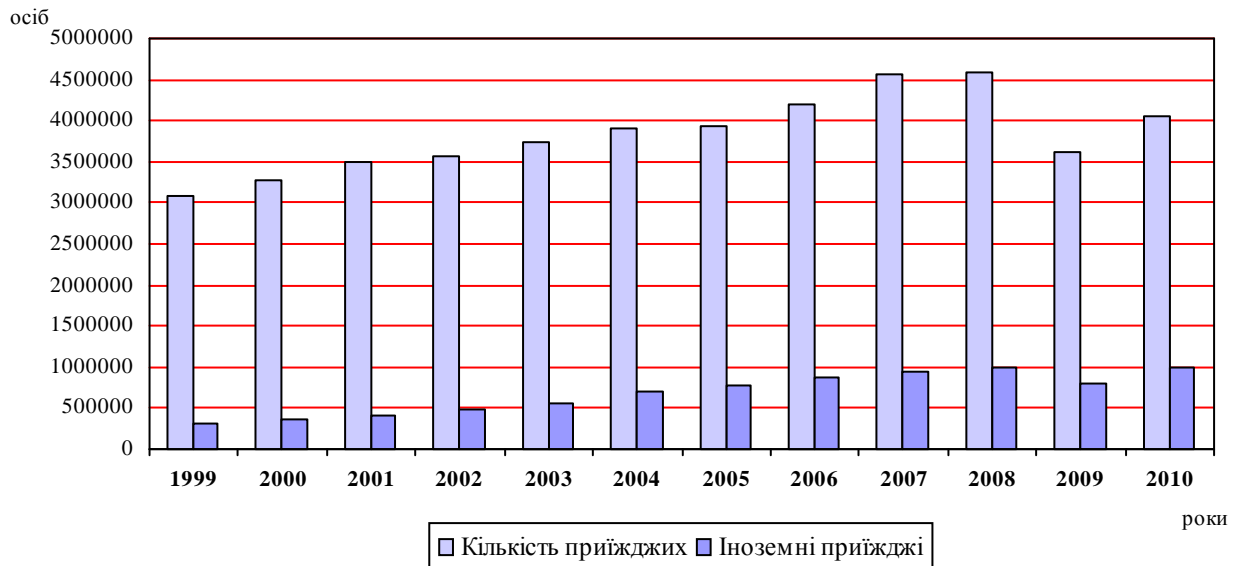


Рис. 5. Кількість приїжджих, що обслуговані підприємствами готельного господарства України у 1999-2010 р.р.

У 2010 році більше половини (65,4%) кількості приїжджих, обслугованих готелями, зупинялось у 7 регіонах України, а саме: м. Києві – 907,3 тис. осіб, Львівській області – 263,5 тис. осіб, Автономній Республіці Крим – 227,1 тис. осіб, Одеській області – 186,5 тис. осіб, Київській області – 139,6 тис. осіб, Донецькій області – 139,0 тис. осіб та Харківській області – 135,5 тис. осіб.

У готельному господарстві важливим елементом є кількість прийнятих іноземних туристів, які приносять державі валютну виручку (експорт послуг), що стимулює розвиток тих галузей, що беруть участь у їхньому обслуговуванні. Усе це сприяє зростанню валового внутрішнього продукту і підвищенню життєвого рівня населення. У 2010 році порівняно з 2009 роком обсяг експорту послуг по підприємствах готельного господарства збільшився на 25,3 млн. дол. США, або на 25,4%, і становив 124,8 млн. дол. США, з них обсяг експорту послуг тільки по готелях збільшився на 11,0 млн. дол. США, або на 13,2%, і становив 94,1 млн. дол. США. Усього за 2010 рік було обслуговано підприємствами готельного господарства 990,6 тис. іноземців (24,5% загальної кількості обслугованих по Україні підприємствами готельного господарства), з них зупинялося й обслуговувалося у готелях – 917,7 тис., що на 172,8 тис., або на 23,2%, більше, ніж у 2009 році.

Хоча практично вся територія нашої країни має достатній потенціал для розвитку туризму, все ж інтенсивність відвідувань іноземними туристами її окремих регіонів дуже різниться. Із загальної кількості обслугованих готелями іноземних громадян більше трьох чвертей (76,0%) зупинялося у готелях м.

Києва, Львівської області, Автономної Республіки Крим та Одеської області. Тривалість їхнього часу перебування у 2010 році порівняно з 2009 роком збільшилась на 338,5 тис. люд.-діб, або на 25,6%. Це свідчить про зростання зацікавленості іноземних громадян до цієї місцевості, як до місця відпочинку та ознайомлення з культурною та архітектурною спадщиною.

З'ясовано, що привабливість підприємств готельного господарства будь-якої країни відображає показник загального часу перебування приїжджих. Динаміка цього показника по Україні в цілому співпадає з динамікою кількості обслугованих приїжджих – вона позитивна в 2000 – 2007 р.р., але у 2008 – 2009 р.р. намітилась тенденція скорочення тривалості загального часу перебування приїжджих у готелях (рис. 6). Проте у 2010 році загальний час перебування приїжджих порівняно з 2009 роком збільшився. Також слід зауважити, що на протязі аналізованого періоду середньорічний темп зростання часу перебування приїжджих на підприємствах готельного господарства випереджає темп зростання кількості приїжджих. При дослідженні темпів зростання даних показників рівень 1999 року було взято за 100%.

В цілому за 2010 рік загальний час перебування приїжджих становив 12,3 млн. люд.-діб., порівняно з 2009 роком, цей показник зріс на 0,8 млн. люд.-діб, або на 6,44%, а порівняно з 1999 роком він зріс на 3,9 млн. люд.-діб або на 46,1%.

Поряд із цим, порівняно з 2009 роком, у 2010 році у ряді регіонів відбулося і зменшення загального часу перебування приїжджих. Значно скоротилась тривалість загального часу перебування приїжджих у готелях Дніпропетровської області – на 67,7 тис. люд.-діб, Запорізької – на 31,7 тис. люд.-діб, Закарпатської – на 25,2 тис. люд.-діб, м. Севастополя – на 21,6 тис. люд.-діб, Одеської області – на 19,6 тис. люд.-діб та Полтавської області – на 15,4 тис. люд.-діб.

Середня тривалість перебування одного приїжджого, у т.ч. іноземця, у готелях України, починаючи з 2000 року, складала близько 3 діб, у 2008 – 2010 р.р. – трохи більше 2 діб.

Виявлено, що від ефективного функціонування підрозділів сфери обслуговування та розширення спектру додаткових послуг прямо залежить дохідність підприємств готельного господарства. Тому необхідно розглянути які зміни відбулись у доходній частині готельних господарств.

У 2010 році підприємствами готельного господарства України отримано доходів, без урахування сплачених податків, на 6738,9 млн.грн., з яких 90,0% доходів отримано готелями, решта – 10,0% – підприємствами готельного господарства інших типів. Загальна сума доходів готелів у 2010 році, без урахування сплачених податків, порівняно з 2009 роком збільшилась на 1971,3 млн.грн., або на 48,2%, і становила 6063,7 млн. грн.

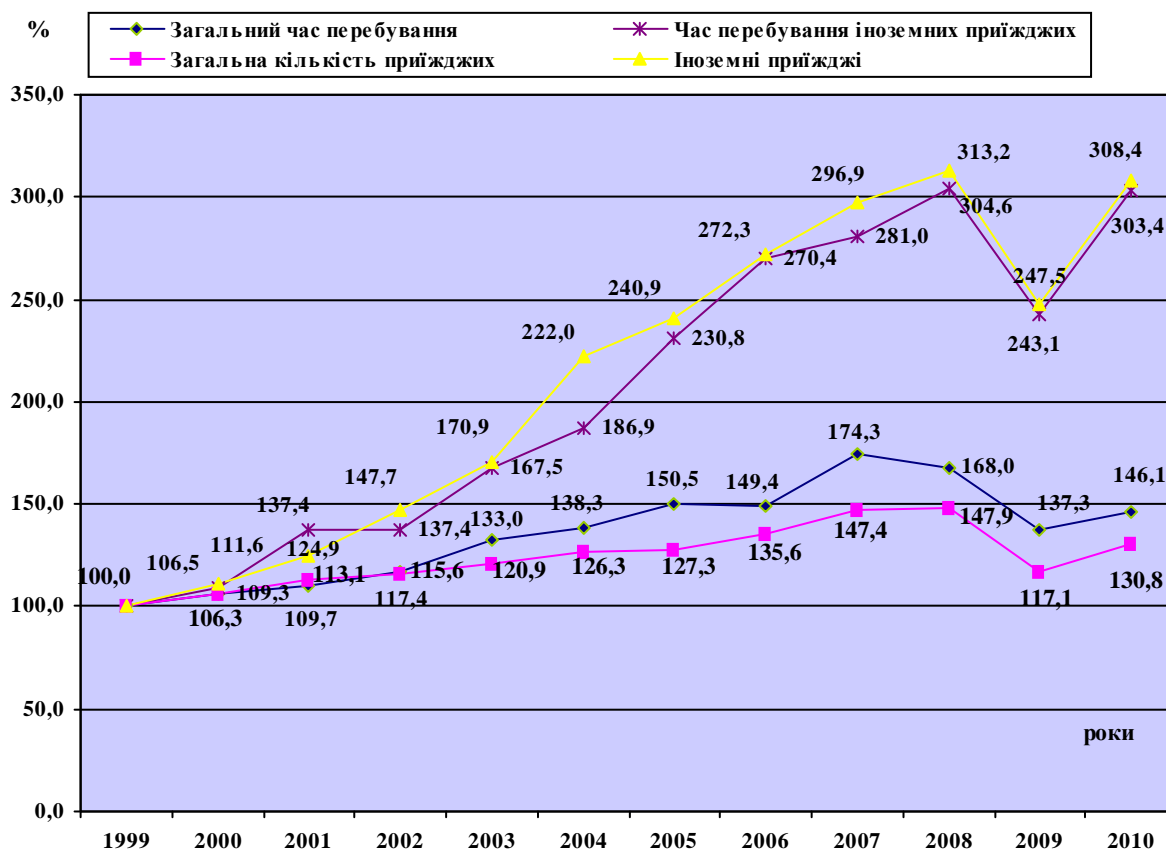


Рис. 6. Темпи зростання кількості обслугованих приїжджих та загального часу їх перебування на підприємствах готельного господарства України за 2000-2010 р.р.

Від основної діяльності – плати за проживання, готелями отримано 43,3% всіх доходів, 12,2% - від надання додаткових послуг і 44,5% – від іншої діяльності. Порівняно з 2009 роком у структурі доходів готелів сталися деякі зміни. Так, при значному зменшенні доходів від основного виду діяльності на 8,8 в.п. значно збільшилися доходи від іншої діяльності (на 11,5 в.п.) та зменшилися доходи від надання додаткових послуг (на 2,7 в.п.).

В табл. 1, розглянута структура доходів підприємств готельного господарства за основними його видами.

Таблиця 1

Структура доходів підприємств готельного господарства у 1999-2010 р.р., в %

Види доходу	1999	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Дохід від основного виду діяльності	63,5	65,8	65,2	67,3	68,0	63,7	56,9	52,8	52,1	43,3

Дохід від надання додаткових послуг	16,3	17,5	17,3	17,0	17,1	18,9	15,7	14,7	14,9	12,2
Інші доходи	20,2	16,7	17,5	15,7	15,0	17,4	27,4	32,5	33,0	44,5
Разом	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

При розгляді даних показників в динаміці було виявлено, що з 1999 року по 2005 рік основним джерелом доходу готельних підприємств України був дохід від основної діяльності, крім того, він постійно збільшувався за рахунок частки інших доходів але, з 2006 року відбувається його постійне зменшення, при цьому частка інших доходів постійно збільшується. Що стосується доходів від надання додаткових послуг, за досліджуваний період з 1999 року по 2005 рік, відбувалось їх постійне коливання, але починаючи з 2006 року їх питома вага в загальній сумі доходів постійно зменшувалась і на кінець 2010 року становила 12,2%. Інша ситуація спостерігається по інших доходах, так з 1999 року по 2005 рік відбувалось їх постійне зменшення, але починаючи з 2006 року їх питома вага в загальній сумі доходів почала постійно збільшуватись і на кінець 2010 року складала вже 44,5%, що на 1,2% більше ніж питома вага доходу від основного виду діяльності.

Вищенаведене, свідчить про те, що підприємства готельного господарства за основним видом діяльності щодо надання місць для тимчасового проживання – потерпають від збитковості і щоб зарадити цьому поряд із наданням супутніх додаткових послуг все більш активно займаються іншими видами діяльності.

Найбільша частка доходів від основного виду діяльності від загальної суми отриманого доходу підприємствами готельного господарства України, у 2010 році припадало на підприємства м. Києва - 45,7%, АР Крим - 11,9%, Львівської області – 9,7%, Одеської - 6,4%, Донецької – 4,1%, Харківської – 3,1% та Дніпропетровської – 3,0%.

У 2010 році, готелями України у розрахунку на одне місце, в цілому отримано доходу від проживання без урахування сплачених податків на 28,0 тис. грн., у той час як готелями м. Києва – 77,2 тис. грн., АР Крим та Харківської області – по 30,8 тис. грн. у кожному з регіонів, Львівської області – 29,0 тис. грн., а готелями Житомирської області – лише 3,9 тис. грн. Доход від експлуатації номерів у розрахунку на одну люд.-добу становив 315,0 грн. Більшим, ніж у цілому по країні, цей показник був у 5 регіонах, а саме: в м. Києві, Івано-Франківській, Одеській, Львівській та Донецькій областях, де він коливався в межах від 496,0 грн. до 344,3 грн.

Порівняно з 2009 роком у 2010 році доходи від обслуговування іноземних громадян готелями збільшились на 104,9 млн. грн. і становили 1018,6 млн. грн. (39,8% усіх доходів від основного виду діяльності). Найбільший дохід від обслуговування іноземців отримано готелями м. Києва – 634,9 млн. грн., або 62,3% загального доходу, отриманого від обслуговування іноземців. Значним

був внесок у загальний дохід України від обслуговування іноземних туристів готелями Львівської області (8,3% загального доходу), Автономної Республіки Крим, Одеської, Донецької та Харківської областей (від 7,1% до 3,6%).

Також було досліджено в динаміці структуру витрат підприємств готельного господарства України за основними їх елементами та видами (табл. 2).

Таблиця 2

Структура витрат підприємств готельного господарства у 2002-2010 р.р., в %

Види витрат	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Операційні витрати	84,2	83,7	87,0	86,2	82,0	76,9	61,3	66,4	54,7
з них:									
- матеріальні витрати	29,4	29,5	28,0	26,3	31,7	23,9	23,5	25,7	25,0
- оплата праці	24,4	22,6	22,1	22,9	22,5	21,8	22,3	21,2	21,1
- інші операційні витрати	23,8	27,5	28,9	30,2	25,1	35,0	36,2	33,4	35,7
Інші витрати	15,8	16,3	13,0	13,8	18,0	23,1	38,7	33,6	45,3
Разом	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Виявлено, що операційні витрати є основною частиною усіх витрат підприємств готельного господарства України, так у 2010 році вони займали 54,7% від загальної суми витрат готельного господарства, але при розгляді даного показника в динаміці було виявлено, що з 2002 року по 2005 рік відбуваються його постійні коливання, а з 2006 року відбувається його постійне зменшення при цьому частка інших доходів постійно збільшується й на кінець 2010 року вона складала 45,3%. Структура витрат змінилась у 2010 році порівняно з 2002 роком в середньому на 29,5 в.п. Ця ситуація також підтверджує тенденцію до збільшення інших видів діяльності на підприємствах готельного господарства України.

Темпи зростання доходів та витрат підприємств готельного господарства України характеризує рис. 7. При дослідженні темпів зростання даних показників рівень 2002 року було взято за 100%.

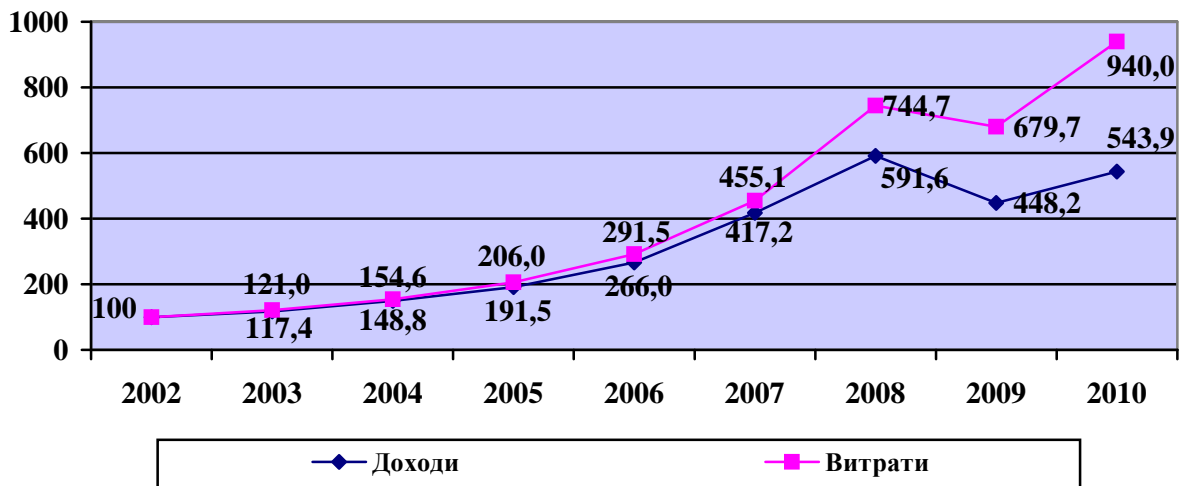


Рис. 7. Темпи зростання доходів і витрат підприємств готельного господарства України за 2002 – 2010 р.р.

Як показують дані дослідження, за аналізований період на підприємствах готельного господарства темпи зростання витрат постійно перевищують темпи зростання доходів, а це в свою чергу свідчить про неефективну роботу даної галузі, а крім того призвело до її збитковості (рис. 8).

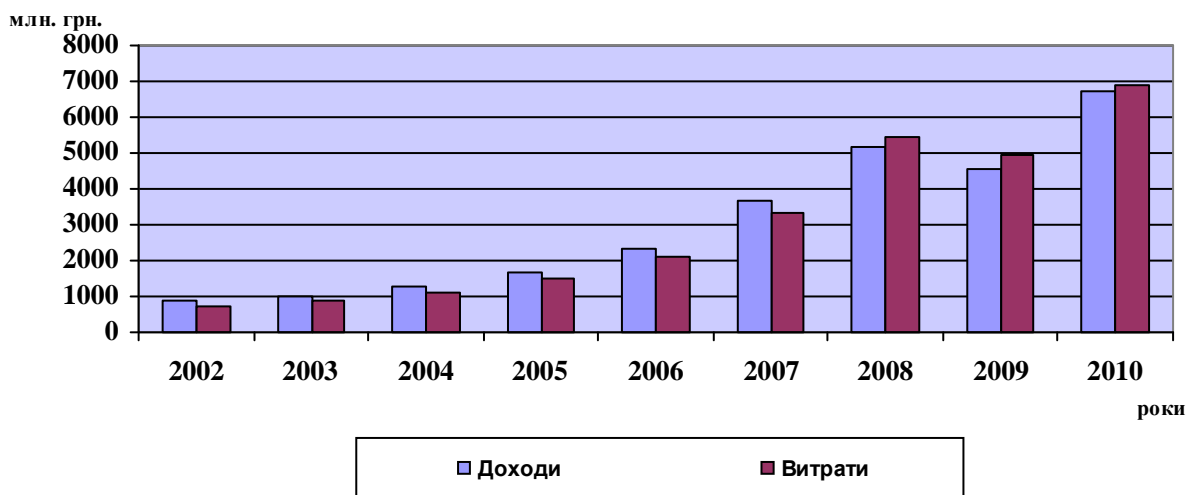


Рис. 8. Динаміка доходів та витрат підприємств готельного господарства України за 2002 – 2010 р.р.

Крім того, слід зазначити, що готельне господарство – це сфера підприємництва, де жорстку конкурентну боротьбу витримують лише ті готелі, котрі можуть запропонувати своїм клієнтам високоякісне обслуговування, а це неможливо без професійно підготовленого персоналу. У готелях у 2010 році працювало 25,4 тис. осіб, що на 1,6 тис. осіб, або на 6,1%, менше, ніж у 2009 році. Зменшення кількості готельного персоналу пов'язане в основному із звільненням персоналу у зв'язку з припиненням діяльності готелю з метою його перебудови для зайняття іншим видом діяльності. У середньому по країні

у 2010 році в одному готелі працювало 30 осіб. Середньомісячна заробітна плата одного працівника цієї сфери становила 2085,3 грн.

Отже, сьогодні вітчизняне готельне господарство стає основним та невід'ємним складником світової туристичної індустрії. Виходячи з цього, відповідний рівень надання послуг підприємствами готельного господарства впливає на розвиток готельного господарства та туристичного сектору в цілому. В свою чергу це підвищує привабливість країни як сфери міжнародного підприємництва та ділової співпраці, створює стимули для припливу іноземного капіталу в національну економіку, а отже, є джерелом валютних надходжень та засобом для забезпечення зайнятості населення.

Тому найбільш гостро встають питання специфіки регіонального розвитку. Насамперед вони полягають у невідповідності швидкості розвитку окремих галузей, виробництва, видів діяльності у регіоні і в середньому по державі. Тому вирішення багатьох соціальних, економічних, екологічних, науково-технічних, виробничих і організаційних проблем і вибір стратегії оптимального розподілу ресурсів вимагає розгляду регіону як комплексу економічних систем, що формують його як єдине ціле.

Система регіональних ринкових відносин спирається на господарську діяльність основної виробничої ланки – фірми, підприємства, об'єднання, сукупність яких і утворюють економічні системи. Саме тут створюється вся сукупність матеріальних благ і послуг, беруть свої джерела ресурси, що йдуть на розвиток виробництва й інші суспільні статки. Тільки у випадку успішної роботи основної виробничої ланки можуть успішно вирішуватися різноманітні питання, пов'язані з розвитком регіонів.

Світова практика свідчить, що раціональне використання природно-рекреаційних ресурсів у багатьох країнах приносить їм великі прибутки. Проте, ці можливості як в Україні в цілому, так і в окремих регіонах використовуються недостатньо. Особливо помітним це виявилось в останні роки.

Одеський регіон має всі реальні можливості та потенціал для розвитку туризму і готельного господарства, як основної його складової. Місто Одеса та Одеська область відносяться до групи регіонів-лідерів за кількістю підприємств готельного господарства, що пов'язано з унікальними рекреаційними даними регіону, курортними можливостями та наявністю центрів туристичних потоків. В останні роки в готельному комплексі Одеського регіону спостерігалися значні зміни: поряд з новими інвестиційними проектами, періодично змінюється статус готельних підприємств, оскільки частина з них переходить в оздоровчий комплекс, або через нерентабельність готелі передаються в оренду фізичним та юридичним особам.

Динаміку кількості підприємств готельного господарства Одеського регіону характеризує рис. 9.

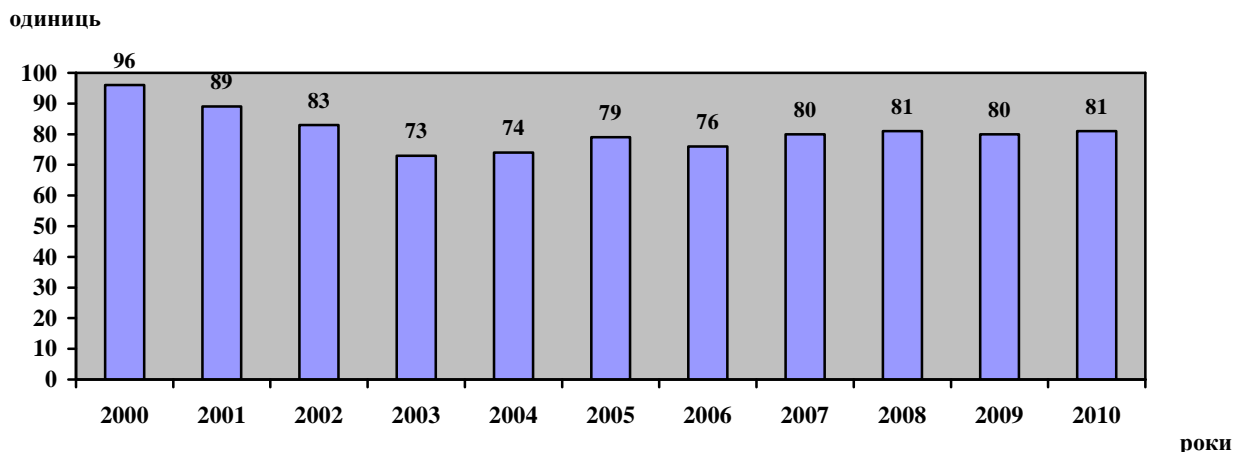


Рис. 9. Динаміка кількості підприємств готельного господарства Одеського регіону у 2000-2010 р.р. (на кінець періоду).

У 2010 р. в Одеському регіоні функціонувало 81 підприємство готельного господарства. Порівняно з 2000 роком їх кількість зменшилась на 15,6%, а з 2005 роком – збільшилась на 2,5%. При розгляді кількості готелів та інших місць для тимчасового проживання за типами, було виявлено, що частка готелів в загальній кількості підприємств готельного господарства у 2010 році порівняно з 2000 роком зросла і становила 55,6% проти 47,9%, гуртожитків для приїжджих зменшилась до 39,5% проти 44,8% у 2000 році, частка підприємств туристсько-оздоровчого комплексу (молодіжні турбази та гірські притулки) зменшилась до 3,7% проти 4,2% у 2000 році, а також відбулось зменшення частки кемпінгів до 1,2% проти 3,1% у 2000 році.

Структуру кількості готелів та інших місць для тимчасового проживання Одеського регіону за типами у 2000 році та 2010 році наведено на рис. 10.

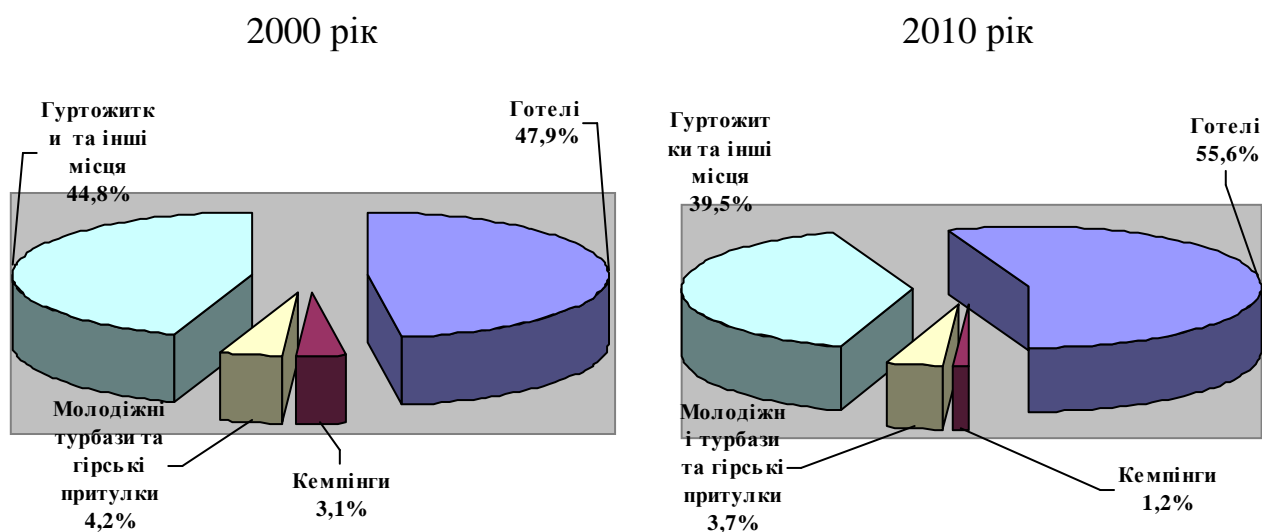


Рис. 10. Структура кількості готелів та інших місць для тимчасового проживання Одеського регіону за типами у 2000 році та 2010 році

З'ясовано, що у період з 2000 року по 2010 рік, незважаючи на те, що в структурі підприємств готельного господарства Одеського регіону відбувалось то збільшення, то зменшення частки готелів, відповідно з 47,9% у 2000 році до 63,2% у 2006 році та до 55,6% у 2010 році, погіршення якості готельного фонду не спостерігалось. Припинення діяльності та зміна форми власності готелів відбувалось, в основному, у сільській місцевості регіону. При цьому незначне збільшення кількості підприємств готельного господарства у 2010 році відбулось у курортній зоні, а саме в Овідіопольському районі та в м. Білгород-Дністровськ. Водночас, слід зазначити, що у м. Одеса кількість готельних підприємств у останні роки коливається, так у 2005 році функціонувало 32 підприємства, у 2009 році 41 підприємство, а у 2010 році вже 40 підприємств, це пов'язано із відкриттям нових готелів та з поступовою реконструкцією існуючих, за рахунок чого відбувається збільшення рівня зірковості готельних підприємств.

Відповідної тенденції за 2000-2005 роки не спостерігається. Це пояснюється, насамперед, ліквідацією окремих підприємств, зміною сфери діяльності і, водночас, створенням нових приватних підприємств готельного господарства. Більшість підприємств, що припинили своє функціонування, припадає на м. Одеса, що було спричинено реконструкцією та перепрофілюванням окремих підприємств готельного господарства. А в Тарутинському, Татарбунарському, Савранському та інших районах підприємства припинили функціонування внаслідок збитковості та банкрутства.

Групування окремих районів та міст Одеського регіону за кількістю підприємств готельного господарства дозволило визначити такі групи:

- регіони-лідери (11 і вище): м. Одеса (40 одиниць);
- регіони-переслідувачі (5-10): м. Білгород-Дністровськ та Білгород-Дністровський район (10 одиниць);
- основна група (до 5): Овідіопольський район (4 одиниці) та усі інші міста та райони Одеського регіону.

Структуру підприємств готельного господарства Одеського регіону за виокремленими групами наведено на рис. 11.

Виявлено, що за 2000-2010 роки кількість номерів на готельних підприємствах Одеського регіону збільшилась з 3674 одиниць у 2000 році до 4146 одиниць у 2010 році і приріст склав 12,8% (рис. 12).

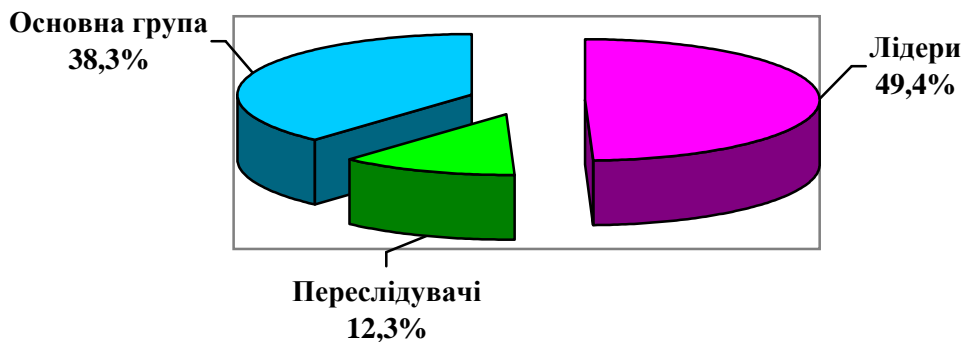


Рис. 11. Структура Одеського регіону за кількістю підприємств готельного господарства на 01.01.2011 року.

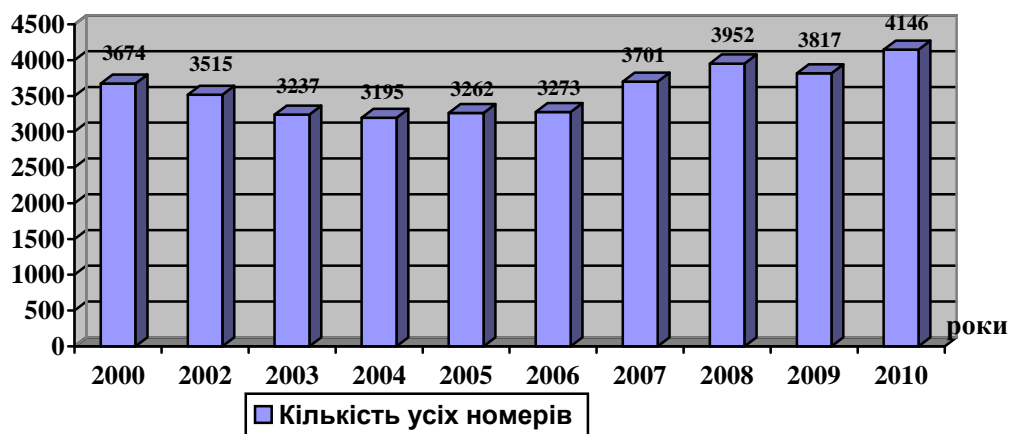


Рис. 12. Динаміка кількості номерів готелів та інших місць для тимчасового проживання Одеського регіону за 2000 – 2010 р.р. (на кінець періоду)

Закономірно, що найбільшу кількість номерів має м. Одеса, як лідер регіону з найбільшою кількістю підприємств готельного господарства, а найменшу – райони основної групи. За кількістю номерів готельні підприємства Одеського регіону знаходяться на сьомому місці (станом на 01.01.2011р.) в цілому по Україні (4,5% у загальному номерному фонді України), поступаючись підприємствам Херсонській області (13,7% у загальному номерному фонді України), Миколаївської області (10,5%), м. Києва (9,9%), АРК Крим (8,5%), Дніпропетровської області (7,2%), Львівської області (6,4%).

Таким чином, виникає необхідність прослідкувати які зміни відбуваються у динаміці номерного фонду готельного господарства Одеського регіону за типами (рис. 13).

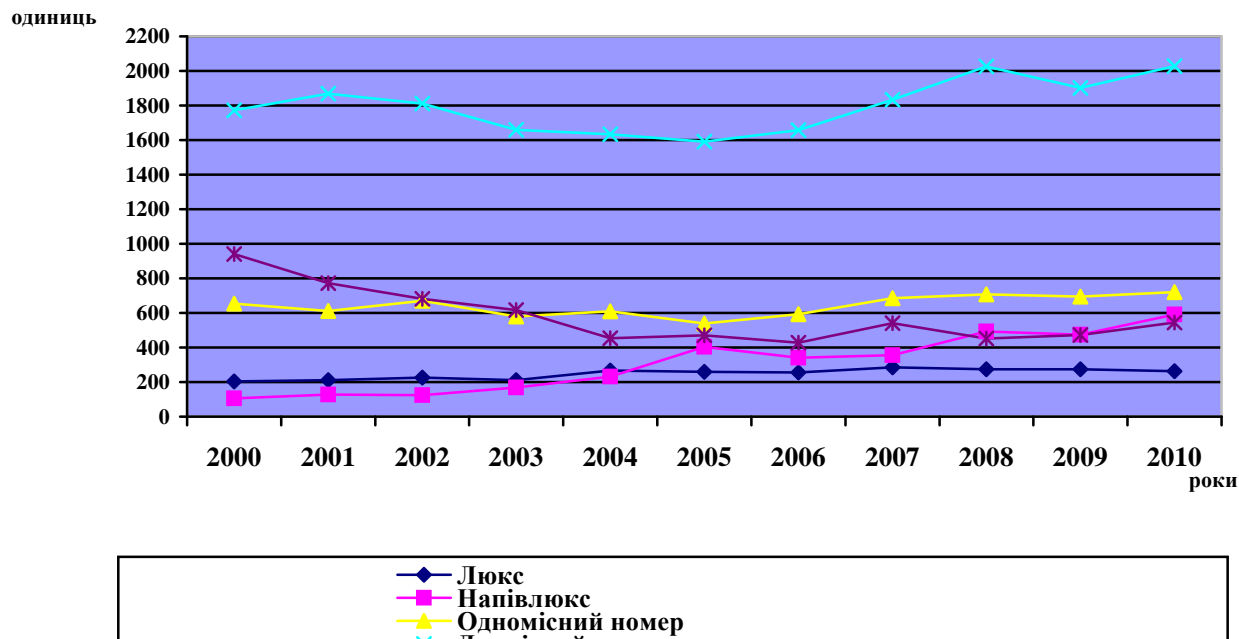


Рис. 13. Динаміка номерного фонду готельного господарства Одеського регіону за типами у 2000-2010 р.р.

Структуру номерів за класами підприємств готельного господарства Одеського регіону в 2000 році та 2010 році наведено на рис. 14.

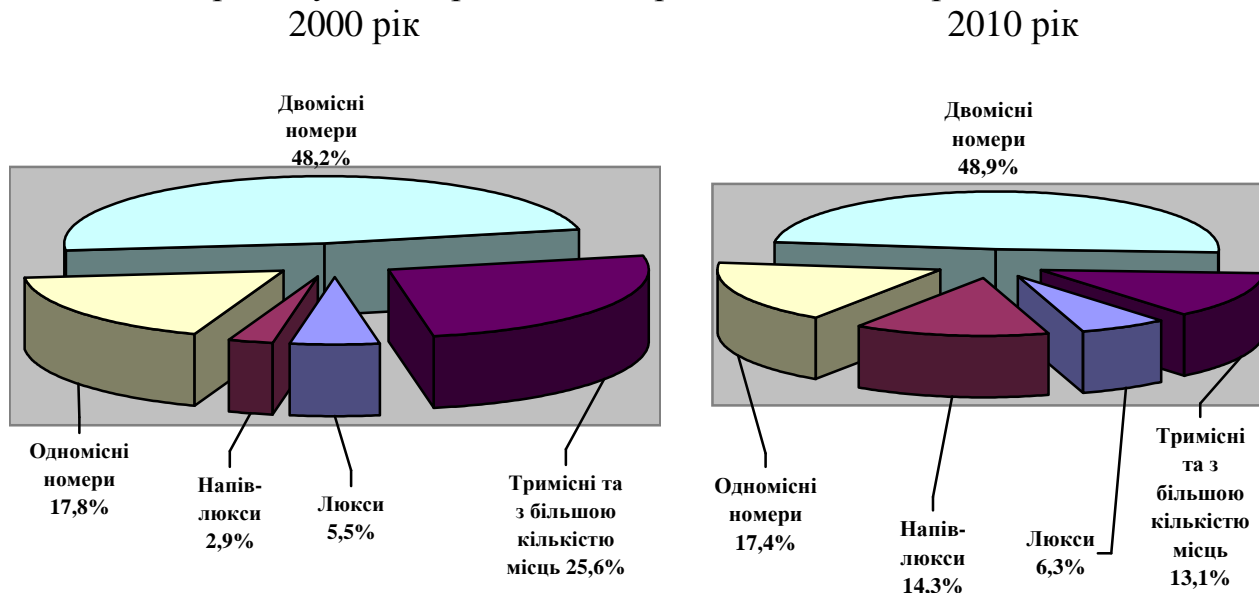


Рис. 14. Розподіл номерів за типами на підприємствах готельного господарства Одеського регіону у 2000 р. та у 2010р. (на кінець періоду)

Найбільша кількість високоякісних номерів у період з 2005 року по 2010 рік знаходилась на підприємствах готельного господарства м. Одеса, а у інших містах Одеського регіону та його районах переважну більшість складають двомісні номери й тримісні та з більшою кількістю місць номери.

Характеристика місткості підприємств готельного господарства Одеського регіону наведено на рис. 15.

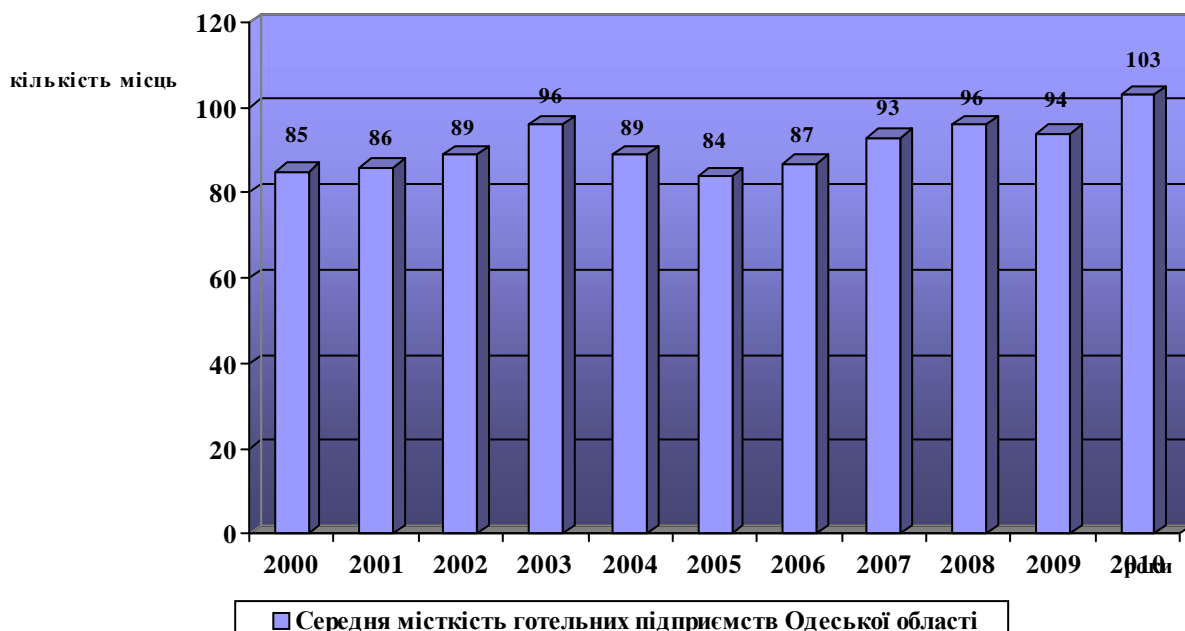


Рис. 15. Динаміка середньої місткості готельних підприємств Одеської області у 2000 – 2010 р.р. (на кінець періоду)

У 2010 році в середньому на одне готельне підприємство в Одеському регіоні припадає 103 місця. Це один з високих показників в Україні станом на 01.01.2011р. При цьому, слід зазначити, що показник місткості вище середнього рівня по Одеському регіону: м.Ізмаїл (205 місць), м. Іллічівськ (171 місце), м. Одеса (132 місця), м.Білгород-Дністровськ (104 місця).

Виявлено, що не завжди високий рівень місткості відповідає високому рівню завантаженості підприємств готельного господарства. Динаміка коефіцієнта завантаженості готельних підприємств Одеської області за 2000 - 2010 роки надана на рис. 16.

Як свідчать дані, наведені на рис. 16, у 2000 році середнє значення коефіцієнту завантаженості по Одеській області складало 20,3% й до 2006 року відбувалось його поступове збільшення до 29,0%, але у період з 2007 року по 2010 рік його значення поступово зменшувалось і у 2010 році воно складало лише 14,3%, що нижче відповідного показника по Україні (18,0%), крім того, слід зазначити, що за світовими стандартами коефіцієнт завантаженості готельних підприємств повинен становити 55-65%, тобто готельні підприємства Одеської області завантажені не в повній мірі.



Рис. 16. Динаміка коефіцієнта завантаженості готельних підприємств Одеської області за 2000 – 2010 р.р.

Збільшення кількості підприємств готельного господарства та середньої місткості прямо пов'язано зі збільшенням житлової площі. Динаміка зміни житлової площі підприємств готельного господарства Одеської області надана на рис. 17.

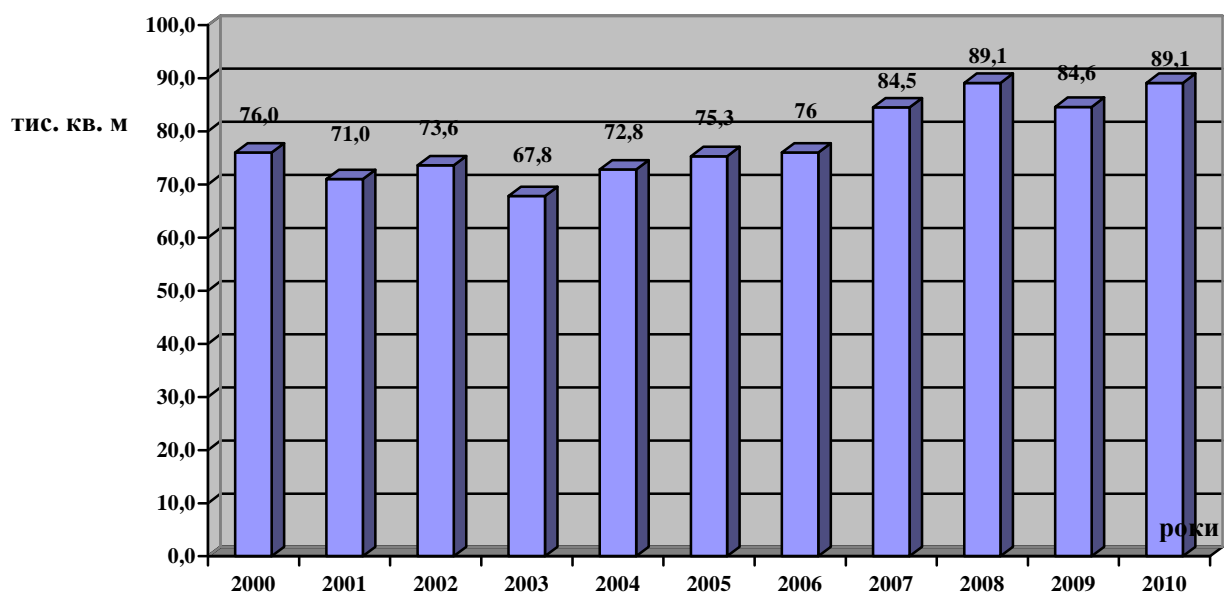


Рис. 17. Динаміка житлової площі підприємств готельного господарства Одеської області за 2000 – 2010 р.р.

Як свідчать дані, наведені на рис. 17 житлова площа підприємств готельного господарства Одеської області у 2005 році порівняно з 2000 роком зменшилась на 0,7 тис. кв. м, у 2010 році порівняно з 2005 роком зросла на 13,8 тис. кв. м., а у 2010 році порівняно з 2000 роком відбулось збільшення житлової площі на 13,1 тис. кв. м.

Що стосується житлової площі готельних підприємств Одеської області у розрізі міст та районів, то на 01.01.2011 року у м. Одеса житлова площа

готельних підприємств становила 62,2 тис. кв. м, у Овідіопольському р-ні – 7,2 тис. кв. м, у м. Іллічівськ – 5,1 тис. кв. м., у м. Білгород-Дністровський – 3,7 тис. кв. м, у м. Ізмаїл – 2,9 тис. кв. м, у м. Южне – 1,9 тис. кв. м, а у всіх інших районах Одеської області житлова площа готельних підприємств становила менше однієї тисячі квадратних метрів.

Тобто, в цілому на підприємствах готельного господарства Одеської області спостерігається тенденція до збільшення кількості двомісних та з більшою кількістю місць номерів і лише у Овідіопольському районі відбулось збільшення номерів класу напівлюкс.

Виявлено, що протягом 2000-2010 років спостерігались коливання у кількості приїжджих, що були обслуговані на підприємствах готельного господарства Одеської області. Це не завжди відповідало загальній тенденції по Україні в цілому за 2000-2010 роки (рис. 18).

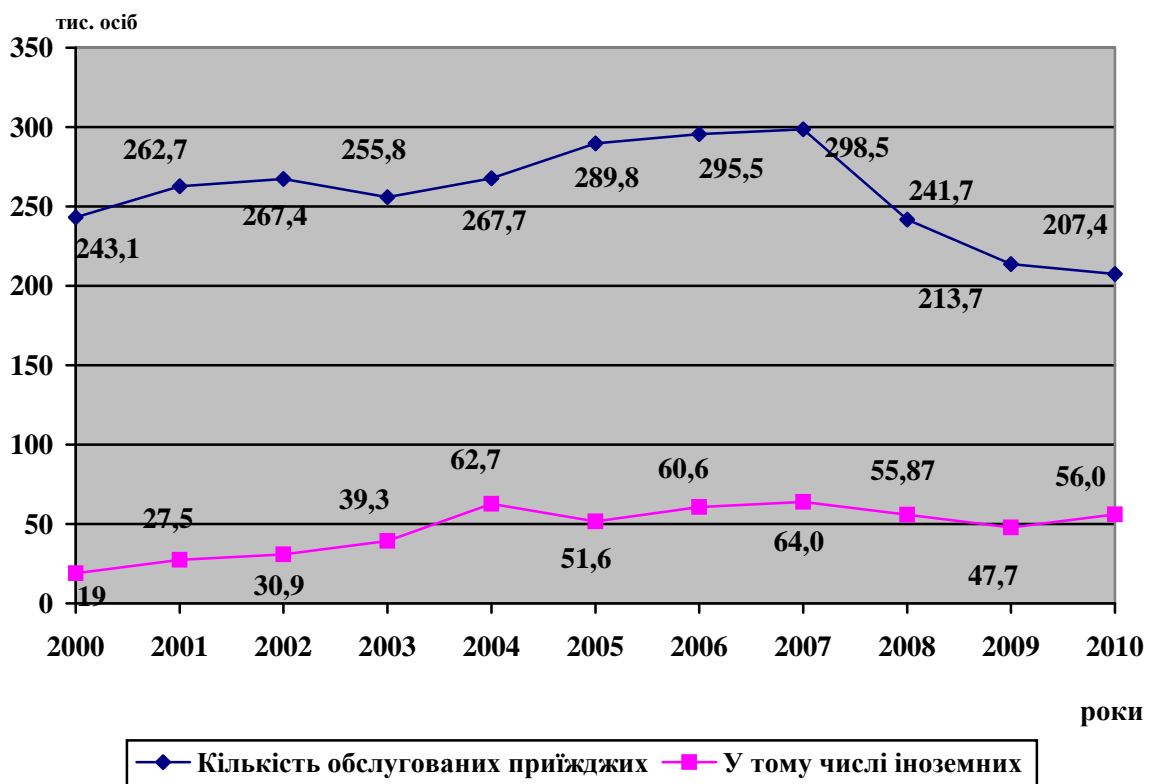


Рис. 18. Динаміка кількості обслугованих приїжджих на підприємствах готельного господарства Одеської області за 2000 – 2010 р.р.

За 2000 - 2007 роки кількість приїжджих (вітчизняних і іноземних) в Одеській області в середньому за рік збільшувалась на – 7,9 тис. осіб. І за цим показником Одеська область знаходилась на 4 місті в Україні після м. Київ, АРК та Львівської області. За 2008 – 2010 роки кількість приїжджих (вітчизняних і іноземних) в Одеській області в середньому за рік зменшувалась на 30,4 тис. осіб. У 2010 році порівняно з 2009 роком кількість приїжджих зменшилась на 3,0%, і Одеська область зайняла знову 4 позицію після м. Київ, Львівської області та АРК. Це пов'язано зі збільшенням цін та тарифів на послуги підприємств готельного господарства Одеської області, а також із

стрімким розвитком за цей період санаторно-курортної індустрії (на 15,5% порівняно з 2005 роком).

Найбільша кількість приїжджих, що були обслуговані у 2010 році підприємствами готельного господарства Одеської області зупинилось на підприємствах м. Одеса, м. Білгород-Дністровський, м. Южне, Овідіопольського р-ну, м. Ізмаїл, Саратського р-ну, м. Іллічівськ, Арцизького р-ну.

З загального числа перебуваючих на підприємствах готельного господарства Одеської області у 2010 році кожен четвертий був іноземець. При цьому їх кількість збільшилася порівняно з 2000 роком майже утричі. Порівняно з 2009 роком цей показник збільшився на 17,4%. На підприємствах готельного господарства Одеської області у 2010 році перебували громадяни з 105 країн світу. Більше 45% приїжджих до Одеської області у 2010 році були громадяни країн СНД (рис. 19).

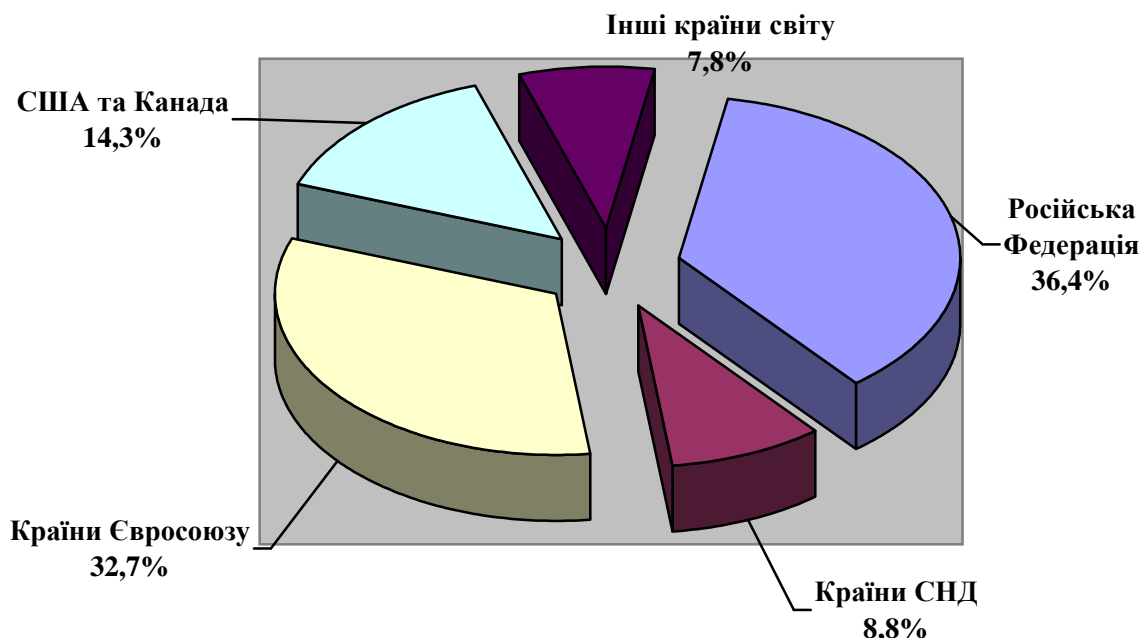


Рис. 19. Структура приїжджих до Одеської області за країнами приїзду у 2010 році, %

В порівнянні з минулими роками збільшилась частка відвідувачів Одеської області з Туреччини, Австрії, Польщі, Іспанії, США, Ізраїлю, Латвії, Вірменії, Казахстану та ін.

Найбільшим попитом у іноземних громадян користувалися готельні підприємства м. Одеса, м. Южне, м. Іллічівськ, Овідіопольського району, м. Ізмаїл, Балтського району та м. Білгород-Дністровський (рис. 20).

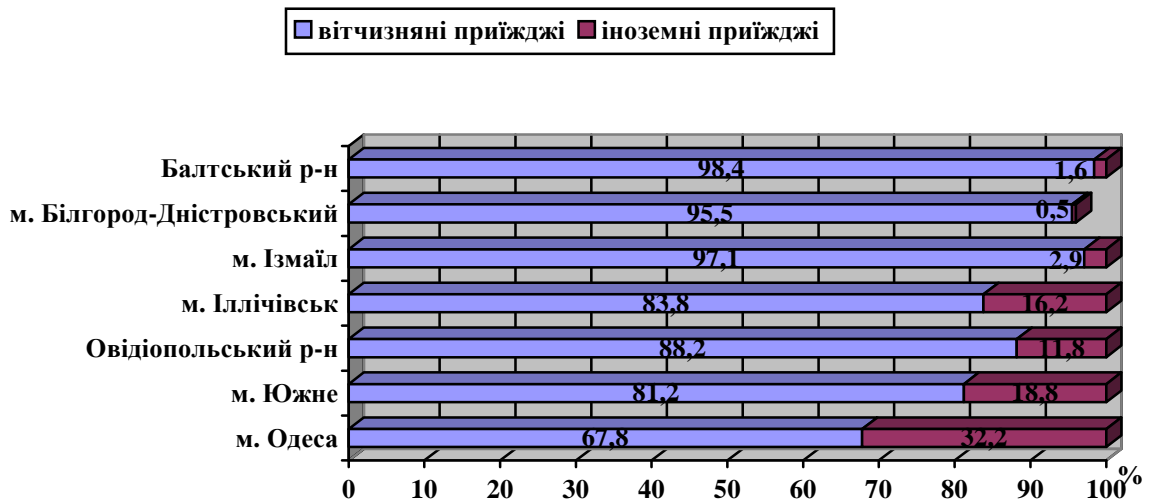


Рис. 20. Структура приїжджих, що були обслуговані підприємствами готельного господарства, по містах та районах Одеської області у 2010 році, %

Виявлено, що частка іноземних приїжджих в загальній їх кількості, обслугованих на підприємствах готельного господарства по м. Одеса становить 95,3%, м. Южне - 2,2%, частка іноземних приїжджих, відвідавших Овідіопольський район складає 1,2%, а від 1,0% до 0,1% складає частка іноземних приїжджих, які відвідали м. Іллічівськ, м. Ізмаїл та м. Білгород-Дністровський.

Кількість іноземних приїжджих, що обслуговані підприємствами готельного господарства Одеської області у 2010 році порівняно з 2002 роком збільшилась у 1,8 рази, при цьому на підприємствах м. Одеса - в 2,1 рази та м. Южне - в 8,7 рази.

Збільшення надання послуг як основних, так і додаткових, сприяє, відповідно, зростанню доходів. Основним джерелом доходів підприємств готельного господарства залишається доходи від надання послуг за проживання. Динаміка доходів від експлуатації готелів та інших місць для тимчасового проживання Одеської області надана на рис. 21.

Також було досліджено в динаміці структуру витрат підприємств готельного господарства Одеської області за основними її елементами та видами (табл. 3).

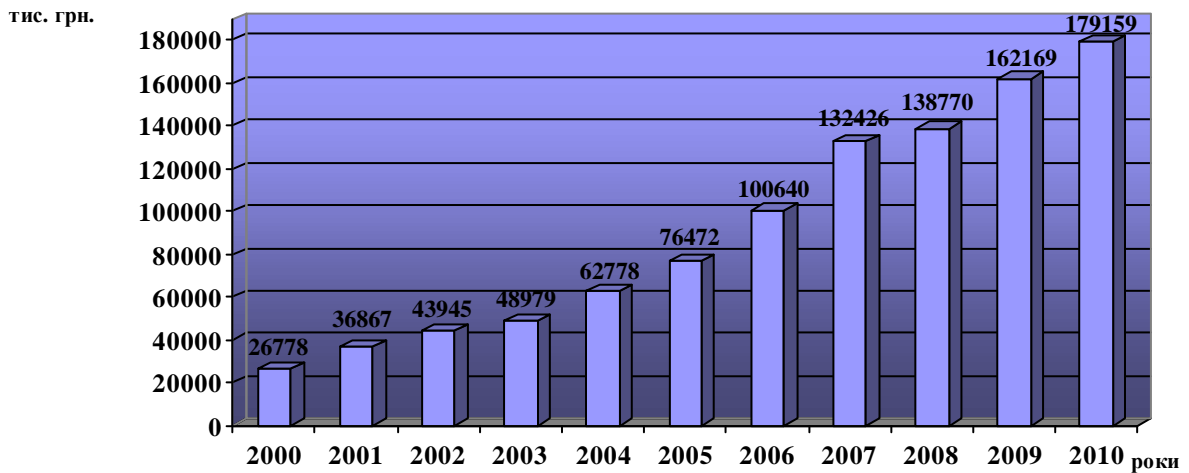


Рис. 21. Динаміка доходів від експлуатації готелів та інших місць для тимчасового проживання Одеської області у 2000-2010 р.р.

Таблиця 3

**Структура витрат підприємств готельного господарства
Одеської області у 2002 – 2010 р.р., %**

Види витрат	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Операційні витрати	86,8	91,4	88,6	63,7	95,6	80,2	91,1	78,1	72,3
з них:									
- матеріальні витрати	39,6	28,3	30,8	27,2	29,7	28,2	29,1	27,6	24,9
- оплата праці	26,0	20,9	20,6	18,7	19,3	18,1	16,5	17,0	16,2
- інші операційні витрати	15,2	34,1	30,2	34,9	31,3	33,4	37,8	34,6	39,6
Інші витрати	13,2	8,6	11,4	36,3	4,4	19,8	8,9	21,9	27,7
Разом	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Виявлено, що операційні витрати є основною частиною усіх витрат підприємств готельного господарства Одеської області, так у 2010 році вони займали 72,3% від загальної суми витрат готельного господарства, але при розгляді даного показника в динаміці було виявлено, що за досліджуваний період відбуваються постійні коливання у його значенні. Середні зміни даного показника у 2010 році порівняно з 2002 роком склали 13,7 в.п. Також ситуація спостерігається по іншим витратам. Ця ситуація підтверджує

тенденцію до неуважного ставлення щодо супутніх додаткових послуг на підприємствах готельного господарства Одеської області.

Темпи зростання доходів та витрат підприємств готельного господарства Одеської області характеризує рис. 22. При дослідженні темпів зростання даних показників рівень 2002 р. було взято за 100%.

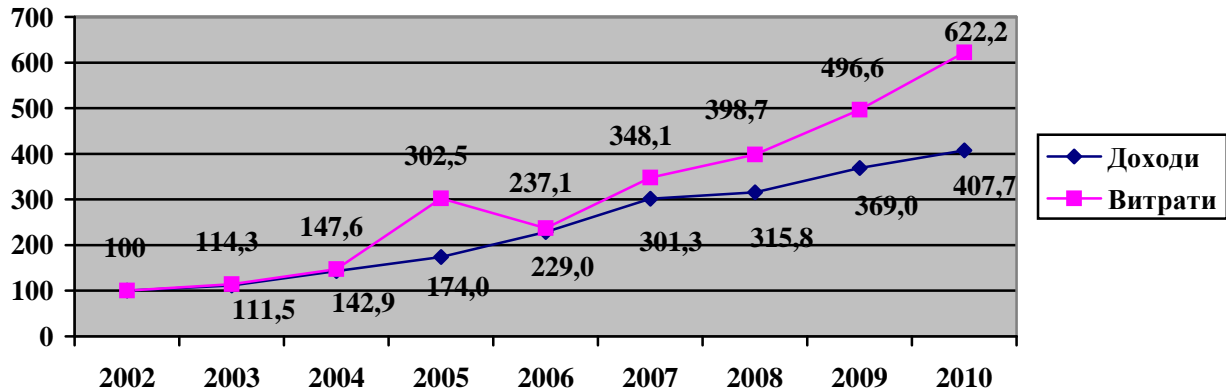


Рис. 22. Темпи зростання доходів і витрат підприємств готельного господарства Одеської області за 2002 – 2010 р.р.

Як показують дані дослідження, за аналізований період на підприємствах готельного господарства Одеської області темпи зростання витрат постійно перевищують темпи зростання доходів, а це в свою чергу свідчить про неефективну роботу даної галузі, а крім того призвело до її збитковості (рис. 23).

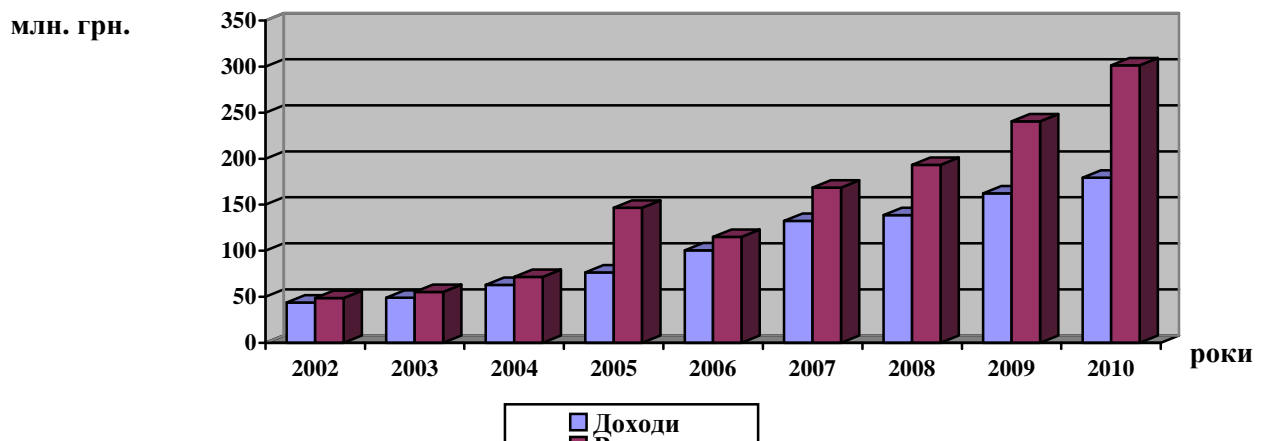


Рис. 23. Динаміка доходів та витрат підприємств готельного господарства Одеської області за 2002 – 2010 р.р.

Крім того, слід зазначити, що станом на 01.01.2009 року на підприємствах готельного господарства працювало 1905 службовців, середня заробітна плата одного працівника складала 1267 грн., станом на 01.01.2010 року на підприємствах готельного господарства працювало вже 1913 працівників і їх середньомісячна заробітна плата становила 1390 грн., а станом

на 01.01.2011 року на підприємствах готельного господарства працювало 1778 працівників і середньомісячна заробітна плата одного працівника становила 1988,3 грн.

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що готельне господарство набуває розвитку, в основному, в обласному центрі та містах обласного значення, де відкриваються і переобладнуються основні фонди підприємств та рівень яких відповідає найвищим вимогам і стандартам. Слід відмітити, що більша кількість відвідувачів зупинялась у готелях м.Одеса та основна частина доходів також одержана ними, але існують можливості доведення якості до міжнародних стандартів та удосконалення туристичних технологій, впровадження нових видів і форм обслуговування, що дозволить у більш повному обсязі задовольнити потреби клієнтів. А для покращення ефективного функціонування готельного господарства Одеської області особливої ваги набувають питання вдосконалення методологічного та методичного забезпечення управління діяльністю підприємств готельного господарства. Насамперед, розробки відповідного інструментарію та методичних підходів проведення аналізу ефективності діяльності готельного господарства Одеської області.

5.2. Аналіз тенденцій розвитку страхового ринку України у 2008-2011рр.

Прояви світової фінансової кризи, спричинили негативний вплив на український небанківський фінансовий сектор, перш за все, внаслідок погіршення якості банківських активів, значної девальвації гривні, негативних змін у структурі платіжного балансу та експорту України, а також зниження рівня зовнішніх запозичень.

Серед чинників, які протягом 2010-2011 років мали негативний вплив на небанківський фінансовий сектор в Україні, можна зазначити замороження банківських депозитів учасників фінансового ринку у проблемних банках та зниження ринкової вартості фінансових інструментів, зокрема тих, які утримувалися страховими компаніями і недержавними пенсійними фондами, що в результаті вплинуло на прибутковість цих установ та рівень їхніх резервів, сформованих ними для покриття майбутніх виплат своїм клієнтам.

Проведений аналіз діяльності небанківського сектору фінансових установ дозволяє зробити наступні висновки щодо діяльності страхових компаній.

За звітом за 2010р. станом на 31.12.10 в Державному реєстрі фінансових установ налічувалося 1980 фінансових установ, що на 28 установ менше, ніж на кінець 2009 року (2008 установ) [144].

З них:

- 456 – страхові компанії,
- 659 – кредитні спілки,
- 426 – ломбарди,
- 221 – фінансові компанії,
- 101 – недержавні пенсійні фонди,

- 43 – адміністратори недержавних пенсійних фондів.

У таблиці 1 наведені річні обсяги наданих послуг за видами фінансових установ. У цілому можна зробити висновок, що за результатами 2010 року основні показники діяльності небанківських фінансових установ набули змін та свідчать про поступову стабілізацію діяльності.

Таблиця 1

Аналіз зміни обсягів фінансових послуг у 2008-2010рр. [144]

За видами установ (показники на кінець періоду)	2008 (млн.грн.)	2009 (млн.грн.)	2010 (млн.грн.)	Темпи приросту	
				2009/2008	2010/2009
				%	%
<u>Страхові компанії</u> - надходження валових страхових премій	24 008,6	20 442,1	23 081,7	-14,9	12,9
<u>Кредитні спілки</u> - видані кредити	5 572,8	3 909,1	3 349,5	-29,9	-14,3
- внески на депозитні рахунки	3 951,1	2 959,3	1 945,0	-25,1	-34,3
<u>Фінансові компанії</u> - обсяг послуг	19 610,1	24 236,6	29 303,8	23,6	20,9
<u>Юридичні особи публічного права</u> - видані кредити	2 898,2	2 561,7	2 421,4	-11,6	-5,5
<u>Інші кредитні установи</u> - видані кредити	2 901,0	1 805,4	1 408,4	-37,8	-22,0
<u>Недержавні пенсійні фонди</u> - пенсійні внески	582,9	754,6	925,4	29,5	22,6
<u>Ломбарди</u> - видані кредити під заставу	2 126,8	3 505,0	5 503,1	64,8	57,0

Активи небанківських фінансових установ (НФУ) (табл.2), що регулював Держфінпослуг, все ще залишаються незначними в порівнянні з активами комерційних банків. Так, разом активи комерційних банків та небанківських фінансових установ станом на 31.12.10 становили 1 012,0 млрд. грн., у тому числі банків – 942,1 млрд. грн. (93,1%), НФУ – 69,9 млрд. грн. (6,9%).

Аналіз тенденцій зміни структури активів небанківських фінансових установ України у 2008-2010рр. [144]

Активи	2008		2009		2010		Темпи приросту	
	млн.грн.	структура	млн.грн.	структура	млн.грн.	структура	2009/2008	2010/2009
							%	%
Загальні активи	61 668,1	100,0%	62 848,7	100,0%	69 855,5	100,0%	1,9	11,1
Страхові компанії	41 930,5	68,0%	41 970,1	66,8%	45 234,6	64,8%	0,1	7,8
Кредитні спілки	6 064,9	9,8%	4 218,0	6,7%	3 432,2	4,9%	-30,5	-18,6
Фінансові компанії	6 011,8	9,7%	7 578,5	12,1%	10 226,9	14,6%	26,1	34,9
Юридичні особи публічного права	3 269,9	5,3%	4 513,2	7,2%	6 430,4	9,2%	38,0	42,5
Інші кредитні установи	3 253,5	5,3%	3 092,1	4,9%	2 498,9	3,6%	-5,0	-19,2
Недержавні пенсійні фонди	612,2	1,0%	857,9	1,4%	1 144,3	1,6%	40,1	33,4
Ломбарди	525,3	0,9%	618,9	1,0%	888,2	1,3%	17,8	43,5

Розмір активів фінансових установ на кінець 2010 року в порівнянні до 2009 року збільшився і становив 69,9 млрд. грн. Домінуючі позиції на ринку небанківських фінансових установ у 2010рр. продовжували займати *страховики*, чия частка в загальному обсязі їх активів на 31.12.10 становила 64,8 %. Ринок страхових послуг залишається найбільш капіталізованим серед інших небанківських фінансових ринків.

Оцінюючи діяльність страхових компаній (табл.3) можна зробити наступні висновки щодо незначного „пожвавлення” у 2010 році на ринку страхування, при цьому показники ще не досягли докризових значень 2008р.

Таблиця 3

Аналіз зміни питомої ваги страхового сектору у ВВП у 2008-2010рр.

Страхові компанії	2008р.	2009р.	2010р.	Відхилення	
				09/08	10\09
Частка валових страхових премій у ВВП у %	2.5	2.2	2.1	-0.3	-0.1
Частка чистих страхових премій у ВВП у %	1.7	1.3	1.2	-0.4	-0.1

Таблиця побудована за даними Держфінпослуг України [189]

Так, за 2010 рік частка валових страхових премій у відношенні до ВВП становила 2,1%, що на 0,1 в.п. менше в порівнянні з 2009 роком та на 0,4 в.п. менше в порівнянні з показником 2008 року; частка чистих страхових премій у відношенні до ВВП за 2010 рік становила 1,2%, що на 0,1 в.п. менше в порівнянні з відповідним показником 2009 року та на 0,5 в.п. менше в порівнянні з відповідним показником 2008 року.

Динаміка основних показників діяльності страхового ринку України у 2001-2011 рр. представлена в табл.4.

Таблиця 4

Динаміка основних показників страхового ринку України у 2001-2011 рр.

Показники по роках млн. грн.	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	9 міс. 2011
Валові страхові премії	3030.6	4442.1	9135.6	19431.4	12853.5	13 829.9	18 008,2	24008.6	20442.1	23 081,7	16 430,3
Темпи росту у %	142	146.6	205.7	212.7	66.0	107.6	130.2	133.3	85.1	112.9	x
Валові страхові виплати	424.2	543.1	860.6	1540.3	1894.2	2599.6	4 213,0	7050.7	6737.2	6 104,6	3 482,2
Темпи росту у %	104.2	128	158.5	179	123	137.2	162.1	167.3	95.6	90.6	x
Рівень виплат, %	14	12	9.42	7.98	14.7	18.8	23,4	29.4	33.0	26,4%	21,2%
Кількість страховиків	328	344	338	383	398	411	447	469	475	456	445

Таблиця побудована за даними Держфінпослуг України [189]

Оцінюючи тенденції кількості страхових компаній, можна стверджувати, що з 2001 по 2009 роки стрімко збільшується кількість страхових компаній, яка в 2009р. становить 475. Збільшується і кількість компаній зі страхування життя. Але в 2009-2011рр. має місце зворотня тенденція щодо зменшення їх кількості до 445 у 2011р., тобто, 30 страхових компаній на протязі останніх

двох років припинили свою діяльність і серед них 7 компаній зі страхування життя.

Простежені тенденції показують, що на протязі досліджуваного періоду валові страхові премії найбільші у 2004р. (19.4 млрд.грн.) та у 2008р. (24 млрд.грн). У 2009р. падіння премій дуже значне до 20.4 млрд.грн., а в 2010р. знов підйом до 23 млрд.грн. За результатами 9 місяців 2011р. отримано 16.4 млрд.грн. валових премій.

Валові страхові виплати мають такі самі тенденції: підвищення у 2001-2008рр., та зниження, у 2009-2011р. Показник рівня виплат, який мав стійку тенденцію підвищення у 2001-2009рр., почав стрімко знижуватися впродовж 2010 і 2011рр. і за показником 9 місяців 2011р ставить 21.1%.

Аналіз тенденцій зміни валових та чистих страхових премій та виплат у 2008-2010рр. педставлено в таблиці 5.

Таблиця 5

Аналіз тенденцій зміни валових та чистих страхових премій та виплат у 2008-2010рр.[189]

	2008	2009	2010	Темпи приросту	
				2009/ 2008	2010/ 2009
				%	%
Кількість договорів страхування, укладених протягом звітного періоду, тис. одиниць					
Кількість договорів, крім договорів з обов'язкового страхування від нещасних випадків на транспорті, у тому числі:	22 828,7	22 343,2	26 340,5	-2,1	17,9
- зі страхувальниками-фізичними особами	18 685,5	19 187	23 135,8	2,7	20,6
Кількість договорів з обов'язкового особистого страхування від нещасних випадків на транспорті	653 168,8	552 629,0	592 771,5	-15,4	7,3
Страхова діяльність, млн. грн.					
Валові страхові премії	24 008,6	20 442,1	23 081,7	-14,9	12,9
Валові страхові виплати	7 050,7	6 737,2	6 104,6	-4,4	-9,4
Рівень валових виплат, %	29,4%	33,0%	26,4%	-	-
Чисті страхові премії	15 981,8	12 658,0	13 327,7	-20,8	5,3
Чисті страхові виплати	6 546,1	6 056,4	5 885,7	-7,5	-2,8
Рівень чистих виплат, %	41,0%	47,8%	44,2%	-	-

У 2010р. в порівнянні з 2009 роком на 2 639,6 млн. грн. (12,9%) збільшилися обсяги надходжень валових страхових премій, обсяг чистих страхових премій збільшився на 669,7 млн. грн. (5,3%) , а валові страхові виплати/відшкодування зменшилися на 9,4%, обсяг чистих страхових виплат зменшився на 2,8%.

Слід зазначити, що основним фактором зростання валових страхових премій у 2010р. у порівнянні з 2009 роком, стало збільшення обсягу внутрішнього перестраховування на 1 969,9 млн. грн. (25,3%). Необхідно відзначити, що розмір внутрішнього перестраховування у 2010р. вже перевищив докризовий рівень 2008 року на 21,5%. Саме це призвело до зменшення питомої ваги чистих страхових премій у валових страхових преміях протягом останніх років: 2008 рік – 66,6% ; 2009 рік – 61,9%; 2010 рік – 57,7%.

Тенденції в динаміці чистих страхових премій за видами страхування у 2008-2010 рр. представлено в таблиці 6, а структура у 2010р.- на рис.1.

Таблиця 6

Аналіз динаміки чистих страхових премій за видами страхування у 2008-2010 рр. [189]

Види страхування	2008	2009	2010	Темпи приросту	
				2009/2008	2010/2009
	млн. грн.			%	%
Автостраховування (КАСКО, ОСЦПВ, "Зелена картка")	6 312,1	4 981,8	5 059,0	-21,1	1,5
Страховування майна	1 630,4	1 489,9	1 680,8	-8,6	12,8
Страховування від вогневих ризиків	1 204,6	931,0	1 156,3	-22,7	24,2
Страховування фінансових ризиків	1 395,6	905,1	755,7	-35,1	-16,5
Страховування життя	1 095,3	826,9	906,0	-24,5	9,6
Медичне страхування	636,3	724,1	809,4	13,8	11,8
Страховування вантажів та багажу	699,7	378,6	801,7	-45,9	111,8
Страховування відповідальності перед третіми особами	434,1	485,8	505,9	11,9	4,1
Страховування кредитів	1 178,7	744,3	256,4	-36,9	-65,6
Страховування від нещасних випадків	417,8	287,8	348,9	-31,1	21,2
Авіаційне страхування	148,7	202,3	222,9	36,1	10,2
Страховування медичних витрат	142,6	167,8	213,9	17,7	27,5
Страховування від нещасних випадків на транспорті	120,8	126,1	133,6	4,3	6,0
Інші види страхування	565,2	406,5	477,2	-28,1	17,4
Всього	15 981,8	12 658,0	13 327,7	-20,8	5,3

Основними змінами за видами страхування, що вплинули на зростання премій у 2010р., є зростання премій за майновими видами страхування:

- страхування вантажів та багажу зросло на 423,1 млн. грн. (111,8%);
- страхування відвогневих ризиків зросло на 225,3 млн. грн. (24,2%);
- страхування майна – на 190,9 млн. грн. (12,8%).

Але у 2010 р. суттєво зменшилося в порівнянні з 2009 р. страхування кредитів на 487,9 млн. грн. чи 65,6%, а також скоротилося страхування фінансових ризиків на 149,4 млн. грн. чи на 16,5%.

У структурі чистих страхових премій за видами страхування станом на 31.12.10 найбільша частка належить таким видам страхування, як:

- автостраховання (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена картка») – 5 059,0 млн. грн. (або 38%) (станом на 31.12.09 даний показник становив 4 981,8 млн. грн. (або 39%));
- страхування майна – 1 680,8 млн. грн. (або 12%) (станом на 31.12.09 – 1 489,9 млн. грн. (або 12%));
- страхування від вогневих ризиків – 1 156,3 млн.грн. (або 9%) (станом на 31.12.09 – 931,0 млн. грн. (або 7%));
- страхування життя – 906,0 млн. грн. (або 7%) (станом на 31.12.09 – 826,9 млн. грн. (або 7%));
- страхування фінансових ризиків – 755,7 млн. грн. (або 6%) (станом на 31.12.09 – 905,1 млн. грн. (або 7%)).

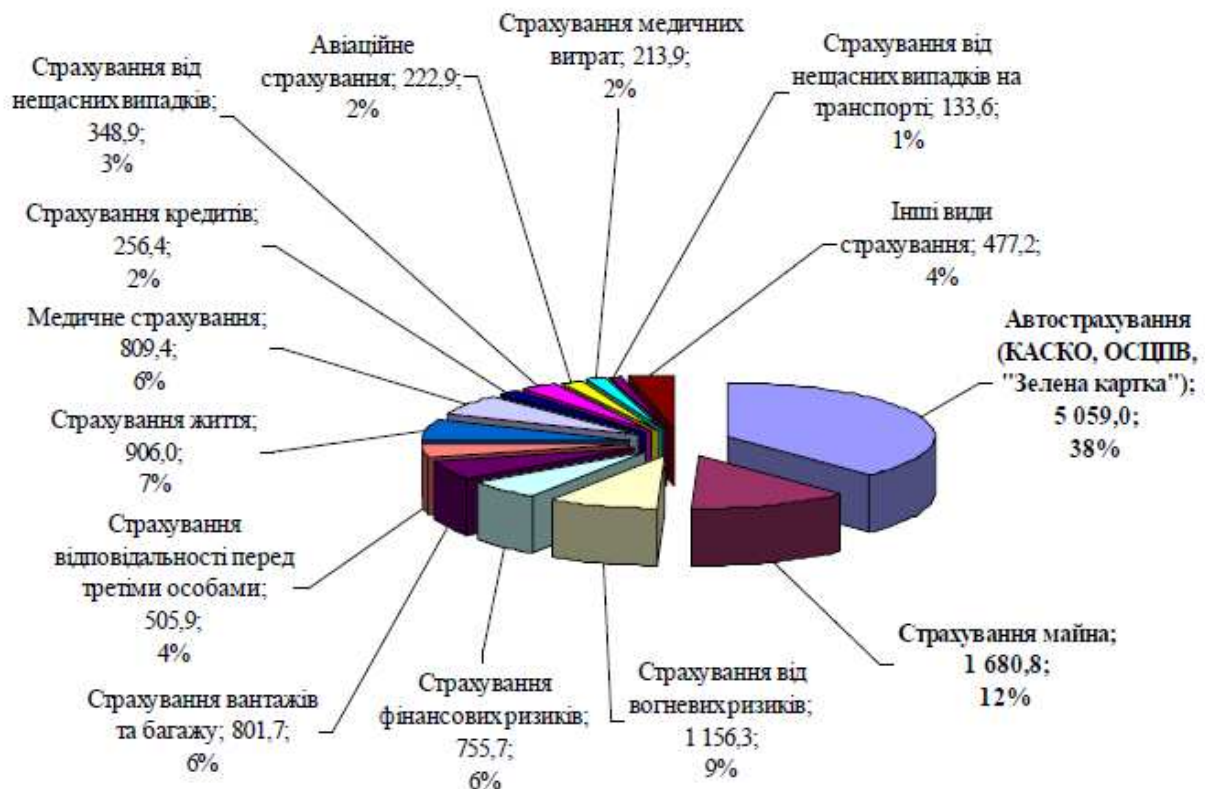


Рис.1. Структура чистих страхових премій у 2010р. [13]

Оцінюючи страхові виплати у 2010р. можемо констатувати їх зменшення і дуже значно у порівнянні з 2008 та 2009рр. (рис.2).

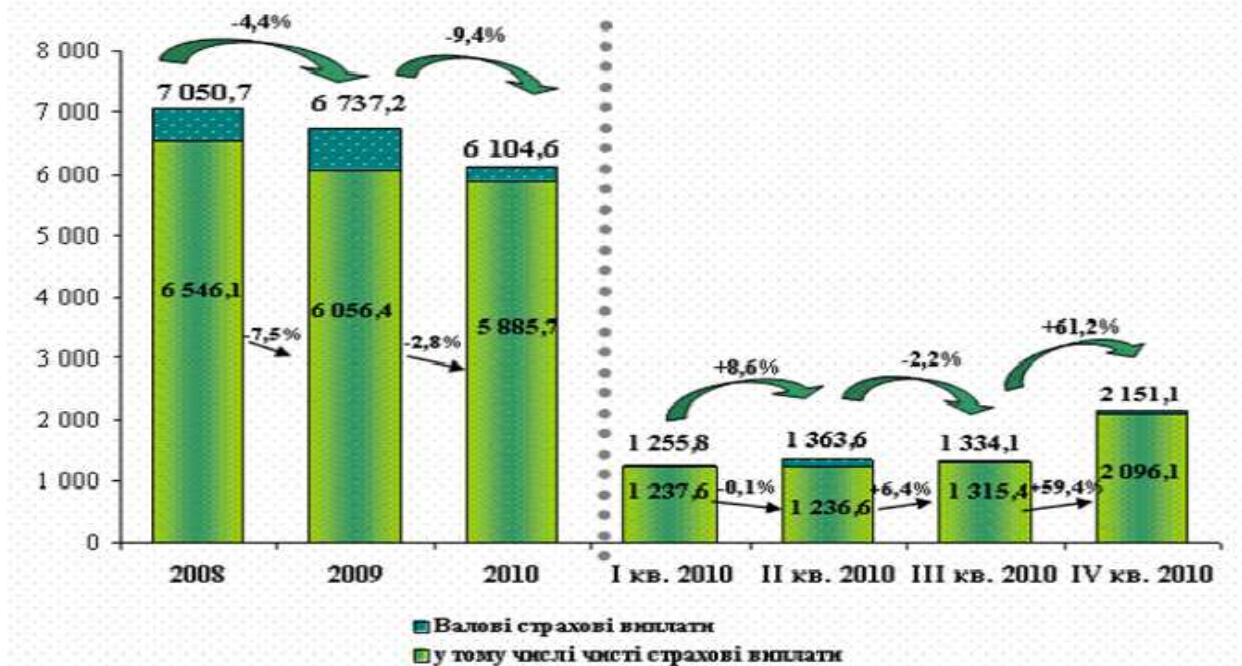


Рис.2. Динаміка страхових виплат у 2008-2010рр.(млн..грн.) [189]

Розмір валових страхових виплат у 2010 р. становив 6 104,6 млн. грн., у тому числі з видів страхування, інших, ніж страхування життя –6 052,0 млн. грн. (або 99,1%), зі страхування життя – 52,6 млн. грн. (або 0,9%).

Обсяг чистих страхових виплат становив 5 885,7 млн. грн. та зменшився порівняно з аналогічним періодом 2009 року на 2,8%.

Скорочення страхових виплат може розглядатися як негативна ознака. Це може свідчити про недостатність у страхових компаній ліквідних інструментів, надмірну збитковість діяльності деяких страховиків. Ряд страхових компаній розглядають всі можливі варіанти скорочення витрат, зокрема через реорганізацію та скорочення своїх відокремлених підрозділів (філій, представництв тощо).

Водночас у четвертому кварталі 2010р. обсяг валових страхових виплат збільшився в порівнянні з попереднім кварталом на 61,2%, а чистих страхових виплат – на 59,4%. Зростання валових виплат у четвертому кварталі зумовлене зростанням страхових виплат, зокрема, за такими видами страхування, як страхування фінансових ризиків, страхування наземного транспорту (крім залізничного), обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів.

Аналіз динаміки чистих страхових виплат за видами страхування у 2008-2010 рр. представлено в таблиці 7, а їх структуру у 2010р. - на рис.3.

Таблиця 7

Аналіз динаміки чистих страхових виплат за видами страхування у 2008-2010 рр.[189]

Види страхування	2008	2009	2010	Темпи приросту	
	млн. грн.			2009/2008	2010/2009
				%	%
Автостраховання (КАСКО, ОСЦПВ, "Зелена картка")	3 347,0	3 014,4	2 538,2	-9,9	-15,8
Страховання фінансових ризиків	1 461,7	1 577,9	1 959,1	7,9	24,2
Медичне страхування (безперервне страхування здоров'я)	461,0	550,7	632,9	19,5	14,9
Страховання кредитів	616,9	355,1	151,1	-42,4	-57,5
Страховання від вогневих ризиків	321,2	160,0	177,0	-50,2	10,6
Страховання майна	82,0	109,7	133,8	33,7	22,0
Страховання медичних витрат	44,8	72,7	83,8	62,3	15,3
Страховання життя	40,9	62,7	52,6	53,2	-16,0
Інші види страхування	170,5	153,2	157,1	-10,1	2,5
Всього	6 546,1	6 056,4	5 885,7	-7,5	-2,8

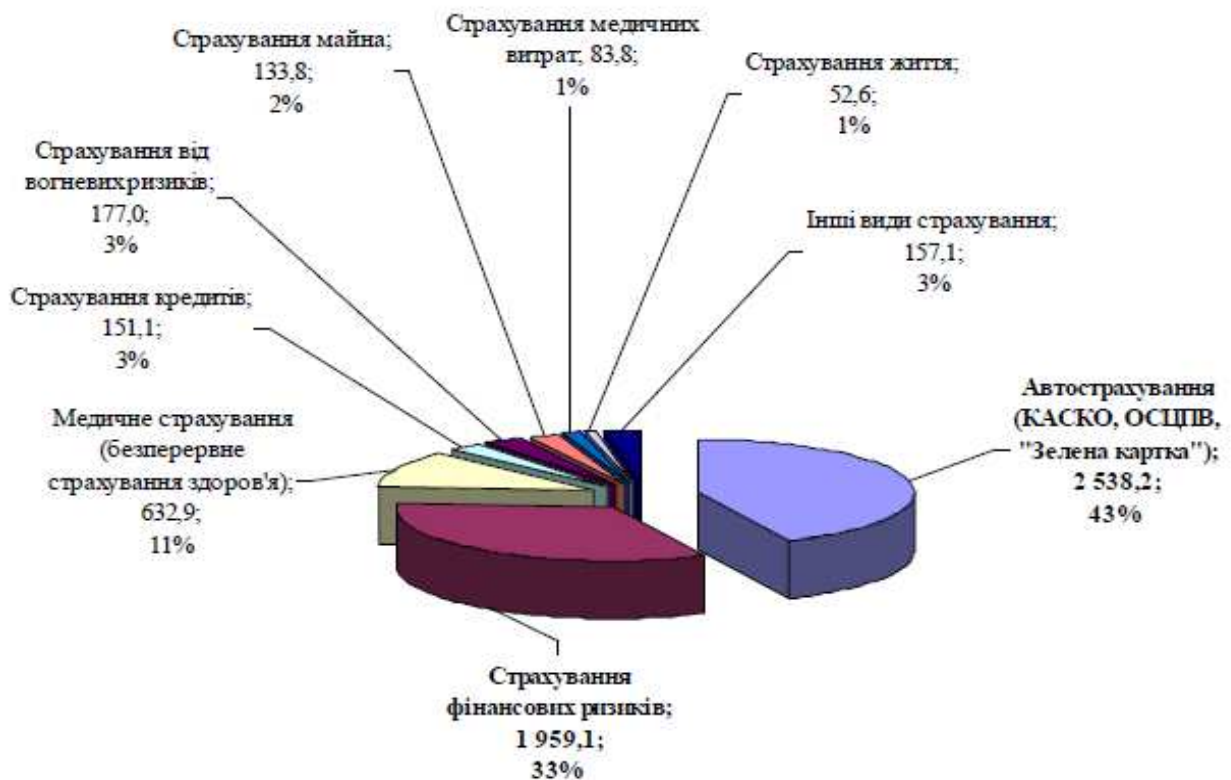


Рис.3. Структура чистих страхових виплат у 2010р.[189]

Оцінюючи структуру страхових виплат у 2010р. треба особливо підкреслити значну частку виплат по фінансовим ризикам - 33% та по автострахованню - 43%. Виплати по страхуванню життя становлять всього 1% від загальної суми чистих виплат.

Так як у структурі страхових премій та виплат вагома частка належить автострахованню (38% та 43% відповідно), тенденції змін щодо даних показників представлено в таблиці 8.

Таблиця 8

**Аналіз динаміки основних показників автостраховання в Україні
у 2009 – 2010 рр. [189]**

Показник Вид страхування	Валові страхові премії		Валові страхові виплати		Рівень валових страхових виплат		Темпи приросту	
	2009	2010	2009	2010	Станом на 31.12.09	Станом на 31.12.10	Валові страхові премії	Валові страхові виплати
	млн. грн.	млн. грн.	млн. грн.	млн. грн.	%	%	2010/ 2009	
Страхування наземного транспорту (КАСКО)	3 887,9	3 660,7	2 487,0	1 776,2	64,0	48,5	-5,8%	-28,6%
Обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСЦПВ)	1 430,9	1 776,3	568,3	759,0	39,7	42,7	24,1%	33,6%
Обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів ("Зелена картка")	252,9	285,2	71,3	90,7	28,2	31,8	12,8%	27,2%
Всього	5 571,7	5 722,2	3 126,6	2 625,9	56,1	45,9	2,7%	-16,0%

Станом на 31.12.10 обсяг валових страхових премій з автостраховання (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена картка») зріс на 2,7%, а обсяг валових страхових виплат скоротився на 16%. При цьому частка валових страхових премій та валових страхових виплат страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСЦПВ) в автострахованні становить 31,0% та 28,9% (відповідно).

Надходження валових премій при страхуванні наземного транспорту (КАСКО) за 12 місяців 2010 року скоротилися на 5,8% у порівнянні з аналогічним періодом 2009 року і склали 3 660,7 млн. грн., при страхуванні цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів

(ОСЦПВ), обсяг валових страхових премій збільшився на 24,1% і становив 1 776,3 млн. грн.

Обсяг валових виплат при страхуванні наземного транспорту (КАСКО) за 12 місяців 2010 року становив 1 776,2 млн. грн., що на 28,6% менше, ніж за аналогічний період 2009 року; розмір валових виплат при страхуванні цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСЦПВ) становив 759,0 млн. грн., що на 33,6% більше, ніж за аналогічний період 2009 року.

Рівень валових виплат зі страхування наземного транспорту (КАСКО) станом на 31.12.10 становив 48,5% (станом на 31.12.09 – 64,0%), при страхуванні цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСЦПВ) – 42,7% (станом на 31.12.09 – 39,7%).

За попередніми даними Нацкомфінуслуг валові страхові премії страховиків за 2011 рік склали 22,694 млрд грн, що на 1,7% менше, чим у 2010р. (23,082 млрд грн).

Валові страхові виплати страхувальникам склали 4,864 млрд грн, що на 20,3% менше, чим в 2010 році (6,105 млрд грн). Рівень валових виплат склав 21,4%.

Також, за попередніми даними в 2011 р. збільшився обсяг чистих премій на 34,8%. Страхові компанії України в 2011 році зібрали чисті платежі на суму 17,970 млрд грн, що на 34,8% більше, ніж в 2010 році (13,328 млрд грн), але розмір чистих виплат за 2011р. скоротився на 20,2% – до 4,699 млрд грн (2010 року – 5,886 млрд грн). Рівень чистих виплат склав 26,2%.

Таким чином, привертає особливу увагу формування тенденції скорочення страхових виплат на протязі 2010-2011рр., що може розглядатися як негативна ознака з огляду на те, що надходження страхових платежів у 2010р. перевищило результати 2009 року. Це може свідчити про недостатність у страхових компаній ліквідних інструментів, надмірну збитковість діяльності деяких страховиків. Ряд страхових компаній розглядають всі можливі варіанти скорочення витрат, зокрема через реорганізацію та скорочення своїх відокремлених підрозділів (філій, представництв, тощо).

На виявлені тенденції щодо основних показників діяльності страхового ринку здійснює значний вплив ступінь його монополізації. В сьогоденні умовах спостерігається значна концентрація страхового ринку України, що викликано тенденціями, як склалися на світовому фінансовому ринку, які породжують нові сфери конкуренції і суперництво на національних ринках. В останні роки у вітчизняній спеціальній літературі все частіше піднімаються питання щодо проблем конкуренції та ступеня монополізації вітчизняного ринку страхових послуг. Та, на жаль, досліджень що висвітлюють показники ринкової концентрації та конкуренції не достатньо. Аналітичні дослідження за показниками, які надають можливість встановити особливості концентрації страхового ринку України та виявити тенденції цього процесу, майже не проводяться.

Економічна теорія пропонує цілу систему кількісних та якісних показників, які дозволяють оцінити рівень економічної концентрації окремого ринку або галузі, в тому числі ринку страхових послуг.

Так, рівень конкуренції і монополізації ринків оцінюється за допомогою коефіцієнту ринкової концентрації (коефіцієнт монополізації ринку) і коефіцієнту ринкової конкуренції (індекс Герфіндаля-Гіршмана).

Коефіцієнт ринкової концентрації призначений для відображення сукупної частки на ринку певної кількості компаній (найбільших учасників ринку за обсягами зібраних премій).

Слід звернути увагу, що у різних країнах по значенню цього показника встановлені державні обмеження. Тобто, існує державний нагляд, який не припускає зосередження в руках декількох компаній впливу на певний відсоток страхового ринку. Наприклад у США не припускається зосередження в руках однієї компанії більш 31% страхового ринку, двох – 44%, трьох – 54%, чотирьох – 64%. [74]. Також, слід звернути особливу увагу, що при порушенні співвідношень, держава вдається до економічних санкцій, обмежує присутність відповідних страховиків на ринку [165]. У Німеччині встановлені дещо інші обмеження: три компанії – до 50%, п'ять – до 65%.

Оцінюючи динаміку показника ринкової концентрації (монополізації) у 2004-2011рр., можемо зробити висновок, що страховому ринку України притаманна дуже значна монополізація (табл. 9).

Таблиця 9

Динаміка показника ринкової концентрації (монополізації) страхового ринку України у 2004-2011рр.

Роки	Загальне страхування			Страхування життя		
	Кількість компаній	Питома вага перших 10 СК, %	Питома вага перших 50 СК, %	Кількість компаній	Питома вага перших 3 СК, %	Питома вага перших 10 СК, %
2004	342	22.6	83.0	45	56.3	93.0
2005	348	12.5	75.5	50	52.1	91.2
2006	356	12.2	74.7	55	58.5	90.1
2007	381	12.6	74.4	65	52.1	86.4
2008	396	29.3	72.7	73	51.2	83.3
2009	403	29.3	75.2	72	54.3	80.9
2010	389	33.0	76.6	67	49.7	83.7
2011	380	35.9	77.5	65	52.0	87.0

Таблиця побудована за даними Держфінпослуг України [13]

Отже, незважаючи на значну кількість компаній, фактично на страховому ринку основну частку валових страхових премій – 99,3% – акумулюють 200

СК"non-Life" (52,6% всіх СК "non-Life") та 96,4% – 20 СК "Life" (30,8% всіх СК"Life").

Постає питання - навіщо така кількість страховиків на ринку страхування України. У країнах з розвинутою ринковою економікою на основі оцінки ступеня концентрації ринку давно вже склалася дієва система антимонопольного законодавства, на базі якої держава регулює процеси економічної концентрації з метою запобігання появи підприємств-монополістів.

Слід також зазначити, що в Україні, відповідно до антимонопольного законодавства [165], монополієм (домінуючим) вважається становище на ринку перших трьох страховиків, частка яких перевищує 50% ринку. Тобто, на протязі семи останніх років 3 лайфових страховика контролюють більше 50% ринку.

Таким чином, розглянутий нами коефіцієнт є цілком прийнятним індикатором, який може використовуватись для запобігання процесам монополізації страхового ринку.

Крім того, як вже зазначалося вище, антимонопольне законодавство України передбачає контроль за ринковою концентрацією, виходячи з ринкової частки одного страховика - не більше 35% ринку, трьох - не більше 50% та п'яти - не більше 70% ринку. Таким чином, існує повна неузгодженість із нормами антимонопольного законодавства України [165].

Другий показник – індекс Герфіндаля-Гіршмана (ННІ) – показує вплив великих компаній на стан ринку. ННІ обчислюється піднесенням до квадрату відсоткової частки на ринку кожного страховика за формулою [144]:

$$ННІ = \sum_{k=1}^m O_k^2, \quad (2)$$

Де: $ННІ$ – індекс Герфіндаля-Гіршмана;
 O_k – частка k -го страховика;
 m – кількість страховиків.

Динаміка індекса Герфіндаля -Гіршмана (ННІ) за 2004-2008рр. представлена в таблиці 10. Хочемо зазначити, що ми не вираховували самостійно індекс Герфіндаля-Гіршмана. Таблицю побудовано за даними Держфінпослуг України.

Таблиця 10

Аналіз динаміки індекса Герфіндаля -Гіршмана (ННІ) у 2004-2008рр.[51]

Види страхування	2004р	2005р.	2006р.	2007р.	2008р.
В цілому по страховому	309.98	177.0	153.85	н/д	н/д

ринку в тому числі:					
-сектор страхування життя	1443.87	1257.7	1465.99	1234.0	1279.2
-сектор ризикових видів страхування	315.9	167.6	162.7	169.1	171.8

На відміну від коефіцієнта концентрації, *HHI* характеризує не частку ринку, яка контролюється декількома найбільшими компаніями, а розподіл «ринкової влади» між усіма суб`єктами даного ринку.

Індекс Герфіндаля-Гіршмана є основним орієнтиром антимонопольної політики США і показує ступінь монополізації за трьома групами залежно від значення індексу:

1. $HHI < 1000$ – неконцентрований ринок;
2. $1000 < HHI < 1800$ - помірно концентрований;
3. $HHI > 1800$ – висококонцентрований [144].

Наведені у табл.10 дані свідчать, що на ринку страхування видів інших ніж страхування життя, спостерігається значний рівень конкуренції (*HHI* в 6 разів менше 1000), в той час коли на ринку страхування життя наявна помірна монополізація ($1000 < HHI < 1500$).

Ми згодні з зауваженням Гаманкової О.О., що показники концентрації та індекс Герфіндаля-Гіршмана, обчислені загалом по ринку, без урахування його галузевої сегментації та спеціалізації страхових компаній, можуть давати лише приблизну картину ступеня монополізації ринку. Дослідження ринкового середовища слід здійснювати не в цілому по ринку, а за окремими його сегментами, виходячи, наприклад, зі статистичної сегментації ринку за прикладом країн Євросоюзу (автотранспортне страхування; страхування медичне та від нещасних випадків; морське та авіаційне страхування; страхування власності; страхування відповідальності) [51].

Показник ринкової концентрації та індекс Герфіндаля-Гіршмана, обчислювані Держфінпослуг, є поки що єдиними індикаторами стану ринкового середовища у страховому секторі економіки країни.

Все вищевикладене свідчить, що потрібна розробка методики порядку проведення аналізу та оцінки конкурентного середовища страхового ринку України. Слід зазначити, що в Росії ще у 2003 р. було прийнято «Методичні рекомендації щодо порядку проведення аналізу та оцінки конкурентного середовища на ринку фінансових послуг», які визначають методологічні засади оцінки державними наглядовими органами концентрації ринку.

Також, на показники діяльності страхового ринку України значно впливають тенденції ринку перестраховування. Динаміка питомої ваги нерезидентів у валових перестраховувальних преміях в Україні представлені на рис.4.

З 2001 по 2003 роки частка нерезидентів у загальному обсязі вихідного з України перестраховування щорічно становила близько 60%.

Після введення рейтингових вимог до перестраховувальників обсяг закордонних перестраховувань скоротився з 59,3% в 2003 році до 16,7% в 2004. А за період з 2004 по 2006 рік упав до 10,2%. Слід зазначити, що частка валових премій, переданих у перестраховування, не змінилася за останні десять років і залишається на рівні 40-45% від обсягу премій із прямого страхування. Виключення становили 2003 і 2004 роки, коли перестраховування використовувалося як механізм фіксації прибутку різних сфер бізнесу за рубежом.

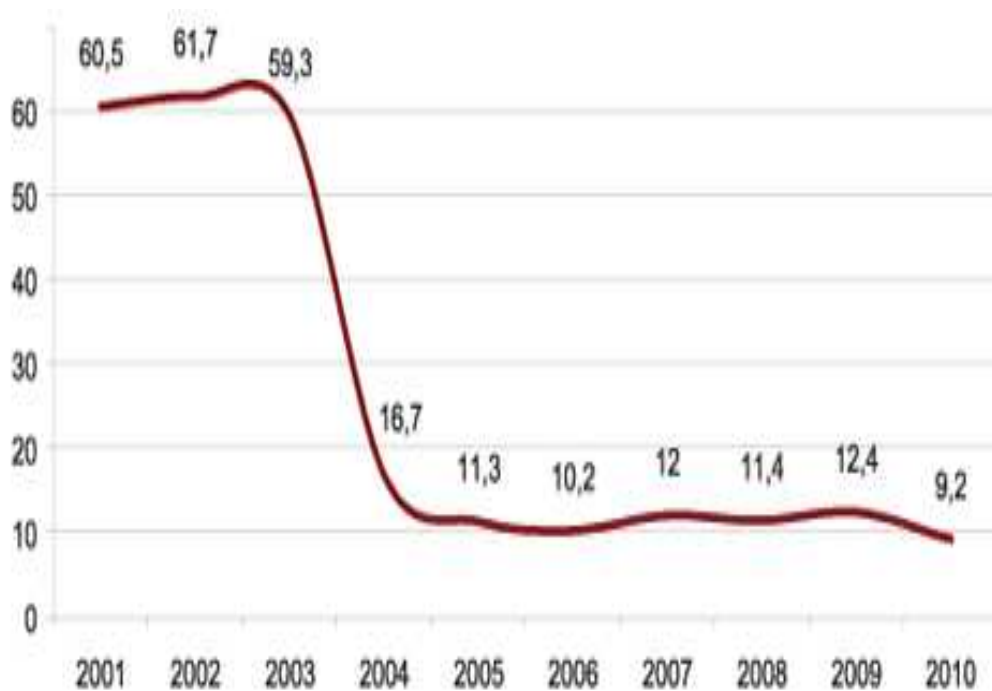


Рис.4. Частка нерезидентів у валових перестраховувальних преміях в Україні, %.[7]

Введення фінансових санкцій у вигляді 15% податку на премії, передані в перестраховування нерейтинговим нерезидентам на початку 2007 року, призвело до нового скорочення частки нерезидентів у загальному обсязі вихідного з України перестраховування до 9,2% в 2010 році.

У лютому 2011, Держкомісія по регулюванню ринків фінансових послуг України оприлюднила проект розпорядження " Про вимоги до рейтингу фінансової надійності (стійкості) страховиків і перестраховувальників-нерезидентів". Відповідно до документа, рейтинг фінансової надійності страховика-нерезидента й перестраховувальника-нерезидента на день укладання договору страхування або перестраховування повинен відповідати рівню рейтингів не нижче, чим по класифікації таких міжнародних рейтингових агентств:

A.M. Best (США) - "B"; Moody's Investors Service (США) - "Baa"; Standard&Poor's (США) - "BBB"; Fitch Ratings(Великобританія) - "BBB" [165].

У випадку якщо рейтинг фінансової надійності (стійкості) страховика-нерезидента й перестраховальника-нерезидента відповідає вимогам, установленим Держфінпослуг, оподаткування сум, що перелічуються страховиками в межах договорів страхування або перестраховування, буде здійснюватися по ставці 0%. А якщо ні, то оподаткування зазначених сум повинно здійснюватися по ставці 12%.

Оцінюючи стан перестраховування згідно вимогам чинного законодавства у 2011 році склалися наступні тенденції.

За договорами перестраховування ризиків за 9 місяців 2011 року українські страховики (цеденти, перестраховальники) сплатили часток страхових премій 4 699,6 млн. грн. (за 9 місяців 2010 р. 7 024,0 млн. грн.), з них:

- перестраховикам-нерезидентам – 910,7 млн. грн. (за 9 місяців 2010 р. –788,6 млн. грн.);
- перестраховикам-резидентам – 3 788,9 млн. грн. (за 9 місяців 2010 р. –6 235,4 млн. грн.).

Загальна сума часток страхових виплат, компенсованих перестраховиками, становила 326,7 млн. грн. (за 9 місяців 2010 р. –317,0 млн. грн.), в тому числі компенсовано:

- перестраховиками-нерезидентами – 240,8 млн. грн. (за 9 місяців 2010 р.– 153,1 млн. грн.);
- перестраховиками-резидентами – 85,9 млн. грн. (за 9 місяців 2010 р. –163,9 млн. грн.) [5].

У структурі вихідного перестраховування станом на 30.09.2011 найбільше сплачено часток страхових премій за такими видами страхування, як :страхування майна, страхування фінансових ризиків, страхування від вогневих ризиків, автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, "Зелена картка"), страхування вантажів та багажу.

Зменшення обсягу вихідного перестраховування з резидентами за 9 місяців 2011 року пов'язане, перш за все, із зменшенням надходжень валових страхових премій у деяких страхових компаніях на рівні відповідного періоду 2010 року, що вплинуло на обсяг часток страхових премій переданих у перестраховування, а також залишення значної частини ризиків на власному утриманні.

У співвідношенні до валових страхових премій частка вихідного перестраховування станом на 30.09.2011 становила 28,6% (станом на 30.09.2010 –45,5%) (рис. 5).



Рис.5. Частки вихідного перестраховання у співвідношенні до валових страхових премій за 9 місяців 2009-2011рр.[190]

На рис. 6 представлено структуру перестраховання ризиків у нерезидентів за 9 місяців 2011 року.

З вищевизначеного слідує, що найзначніші частки страхових платежів серед перестраховувальників-нерезидентів припадають на Великобританію (265.6 млн.грн. чи 29%) та Російську Федерацію (172.6 млн.грн. чи 19%). На рис.7 представлено динаміку по перестрахованню з Російською федерацією за 2005-2011рр.

Таким чином, слід зазначити, що глобалізація й прихід на страховий ринок України західної споживчої культури розбудив гостру конкуренцію за володіння, контроль і розподіл фінансових ресурсів.

Серед суб'єктів страхового ринку є три погляди на процеси глобалізації. Це підтримуючий, негативний і консервативний, нейтральний [163].

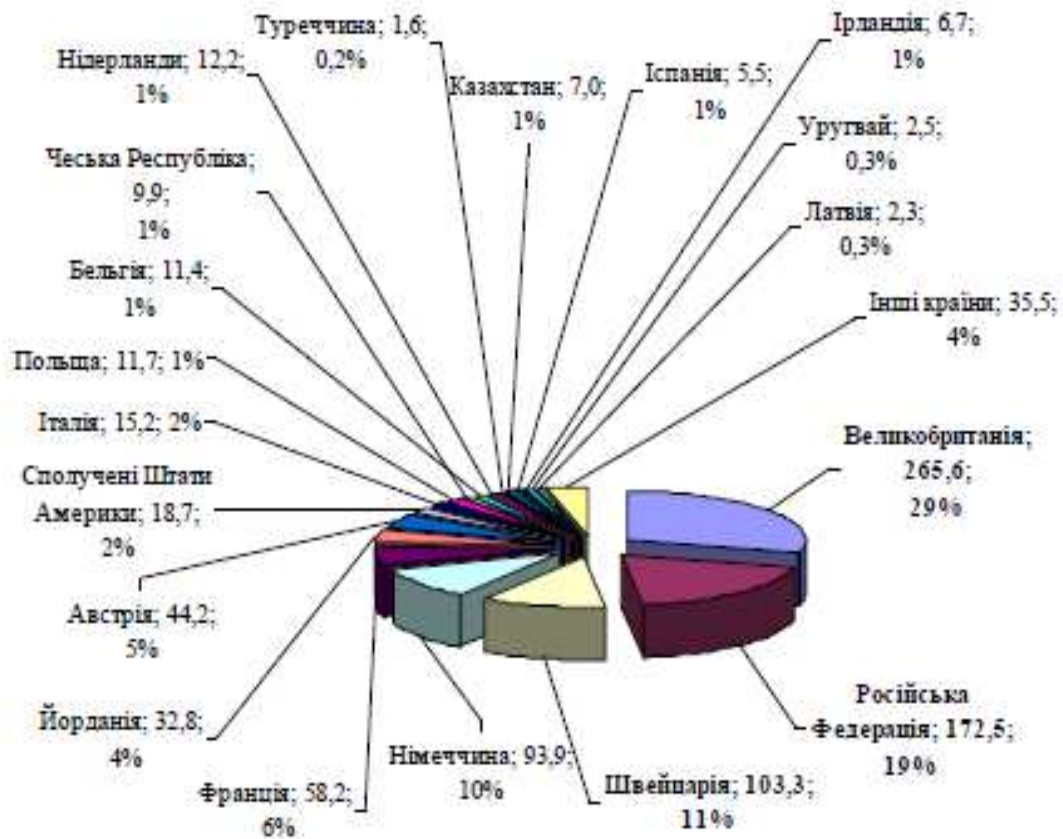


Рис.6. Частка страхових платежів, яка належить перестраховику-нерезиденту, станом на 30.09.2011р. (млн.грн.) [190]

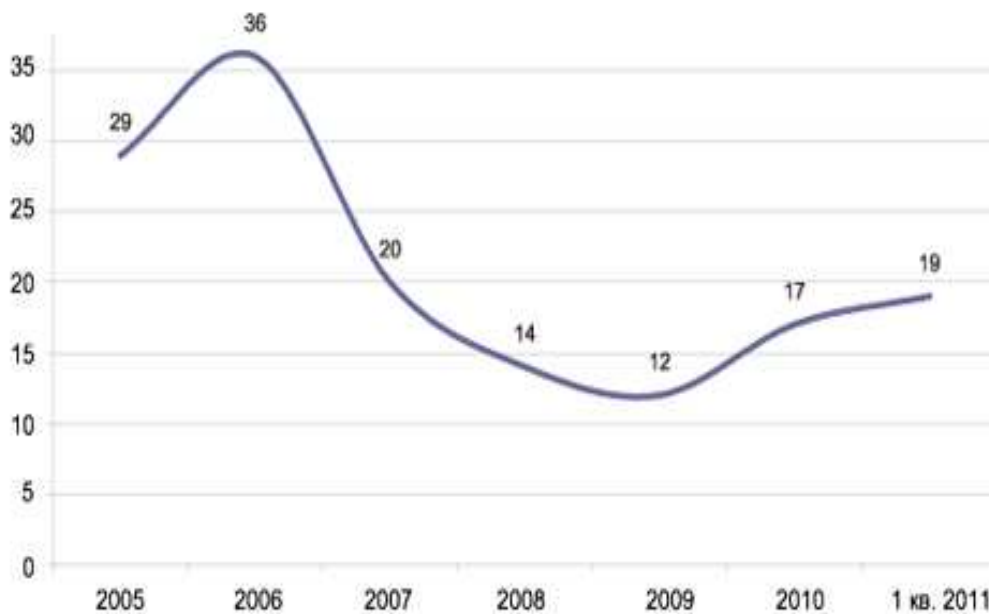


Рис.7. Частка російських перестраховувальників у преміях, переданих нерезидентам України, %.[7]

Страховальники, як основні суб'єкти страхового ринку диференційовані за рівнем доходу й своїм страховим інтересам. Тому, частка фізичних осіб позитивно ставляться до стандартів, що підвищуються, у страхуванні. Ці стандарти принесені на ринок СНД західними компаніями, але разом з тим приноситься й інша культура, що змушує не тільки по-іншому мислити але й потребує постійних змін з наступної адаптації до неї. Але більшість громадян з малозабезпечених верств населення не користуються страховкою й виражають байдуже відношення до глобалізаційних процесів у страховій індустрії.

Страховики, страхові посередники, перестраховальники розділені умовного на «схемников» і «класиків», які також по-різному бачать плюси й мінуси, які привносить процес глобалізації. Учасники схемного страхування побоюються, що звужиться їхнє поле діяльності. Класичні - намагаються виробити релевантне позиціонування, для того, щоб максимально підвищити вигоди й знизити негативний вплив від глобалізації.

Але більшість учасників страхового ринку сприймає глобалізацію як процес змін, який змушує адаптуватися в нових умовах.

Великий інтерес представляють і питання капіталізації страхових компаній та тенденції, що притаманні динаміці та структурі активів та страхових резервів.

Динаміка активів та обсягів страхових резервів страховиків за 2008 – 2010 рр., 9 місяців 2011 р. представлено на рис.8.

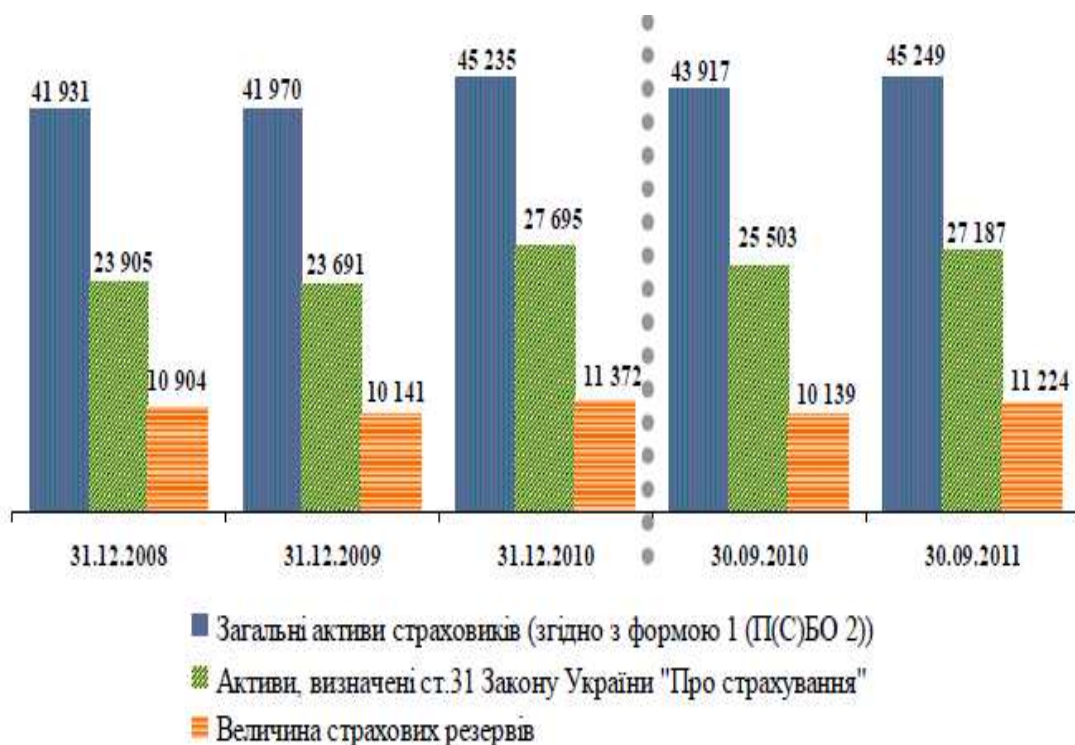


Рис. 8. Динаміка активів та обсягів страхових резервів страховиків за 2008–2010 рр. та 9 місяців 2011 р. (млн. грн.) [189]

Станом на 30.09.2011 обсяг загальних активів страховиків становив 45 249 млн. грн., що на 3% більше в порівнянні з відповідним показником станом на 30.09.2010. Величина активів, визначених ст. 31 Закону України «Про страхування», збільшилась на 6,6% (до 27 187 млн. грн.) відповідно.

Разом з тим, основною проблемою для страховиків залишається недостатність ліквідних фінансових інструментів для проведення ефективної політики інвестування коштів.

Розміщення страхових резервів здійснюється згідно зі статтею 31 Закону України «Про страхування», де визначено перелік активів за відповідними категоріями.

Станом на 30.09.2011 обсяг активів, дозволених для представлення коштів страхових резервів, становив 27 187,3 млн. грн. (на 1 685 млн. грн. більше, ніж на відповідну дату 2010 року), які у розмірі 11 224 млн. грн. використано з метою представлення коштів страхових резервів.

На рис.9 відображена структура загальних активів, дозволених для представлення коштів страхових резервів (ст. 31 Закону України «Про страхування»).

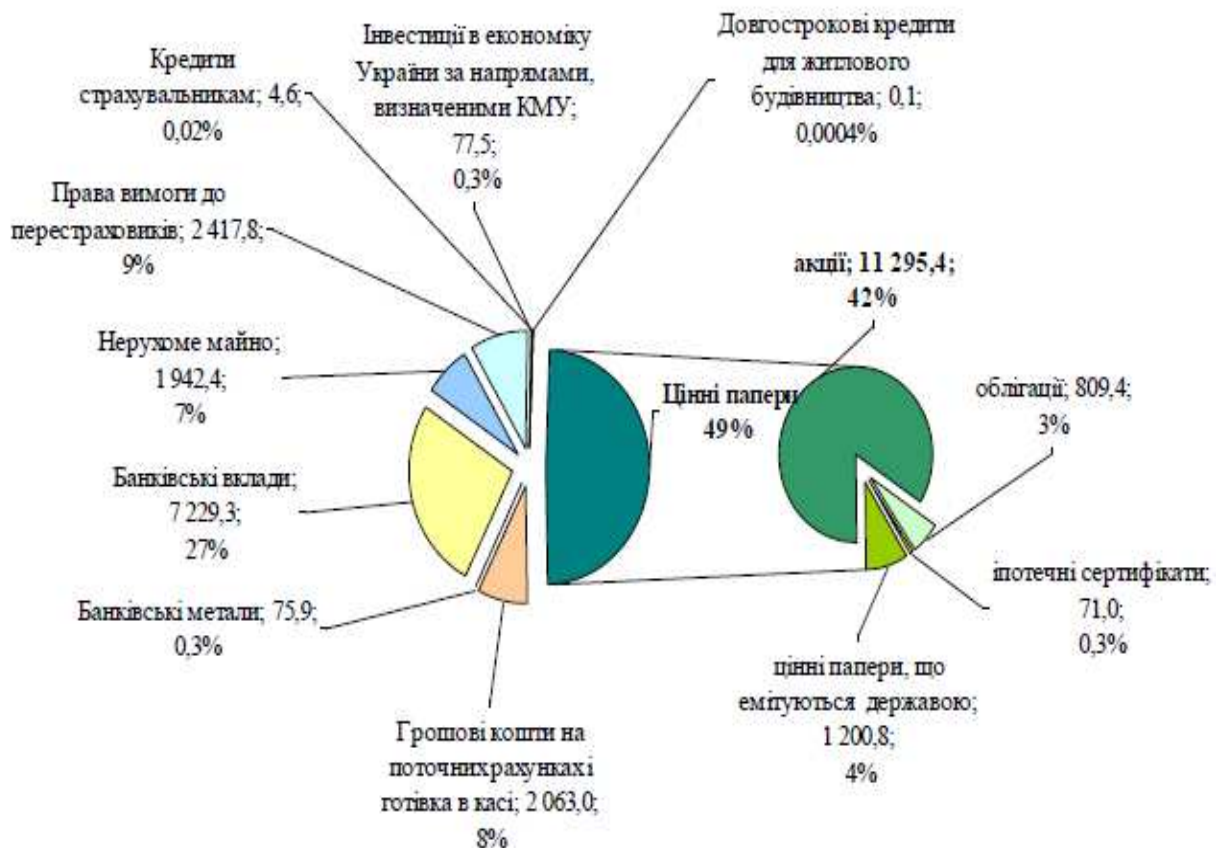


Рис. 9. Структура активів, дозволених для представлення коштів страхових резервів (ст. 31 Закону України «Про страхування»), станом на 30.09.2011 (млн. грн.) [189]

Структура активів страхових компаній, визначених статтею 31 Закону України «Про страхування», для представлення страхових резервів станом на 30.09.2011 у порівнянні з інформацією станом на 30.09.2010 мала такі зміни:

- на 1 352,8 млн. грн. (або на 13,6%) збільшився обсяг активів, дозволених для представлення акціями, і становив 11 295,4 млн. грн. (або 41,5% від загального обсягу активів);
- на 669,8 млн. грн. (або на 10,2%) збільшився обсяг активів, дозволених для представлення банківськими вкладками (депозитами), і становив 7 229,3 млн. грн. (або 26,6% від загального обсягу активів);
- на 306,2 млн. грн. (або на 60,8%) збільшився обсяг активів, дозволених для представлення облігаціями, і становив 809,4 млн. грн. (або 3% від загального обсягу активів);
- на 757,3 млн. грн. (або на 23,9%) зменшився обсяг активів, дозволених для представлення правами вимог до перестраховиків, і становив 2 417,8 млн. грн. (або 8,9% від загального обсягу активів).

Проведене аналітичне дослідження щодо формування тенденцій в діяльності страхового ринку України дозволяє зробити наступні висновки:

1. Активи небанківських фінансових установ (НФУ) все ще залишаються незначними в порівнянні з активами комерційних банків, це приблизно 6,5%.
2. Домінуючі позиції на ринку небанківських фінансових установ у 2008-2011рр. продовжували займати *страховики*, чия частка в загальному обсязі їх активів становила 64-65 %.
3. Частка валових страхових премій у відношенні до ВВП зменшується і становить 2,1%.
4. Концентрація ринку збільшується, основну частку валових страхових премій –91,7% – акумулюють 100 СК "non-Life" (25,7% всіх СК "non-Life") та 95,9% – 20 СК "Life" (29,9% всіх СК "Life").
5. Збільшуються обсяги внутрішнього перестраховування. Саме це призводить до зменшення питомої ваги чистих страхових премій у валових страхових преміях.
6. Зменшуються валові та чисті страхові виплати, що може розглядатися як негативна ознака. Це може свідчити про недостатність у страхових компаній ліквідних інструментів, надмірну збитковість діяльності деяких страховиків.
7. Обсяг загальних активів страховиків збільшуються. В структурі активів страхових компаній, визначених статтею 31 Закону України «Про страхування» збільшуються акції, банківські вклади, права вимоги до перестраховиків.

Виявлені тенденції на страховому ринку в Україні свідчать про існування цілого ряду проблем , а саме:

1. Недостатня прозорість інформації щодо показників діяльності страхового ринку;

2. Показники концентрації та індекс Герфіндаля-Гіршмана повинні розраховуватися не тільки загально по ринку, а з урахування його галузевої сегментації та спеціалізації страхових компаній;
3. Потрібна розробка методики порядку проведення аналізу та оцінки конкурентного середовища страхового ринку України;
4. Відсутність дієвої системи антимонопольного законодавства;
5. Проблеми державного регулювання страхового ринку.

Існуюча сьогодні ринкова модель страхового бізнесу в Україні та інших країнах СНД склалася на базі "радянської" моделі організації страхової справи. Модель радянського страхового ринку, орієнтована на масове споживання стандартизованих страхових продуктів забезпечувала широкий "кількісний" охопту споживачів страховими послугами, але мала певні недоліки, властиві радянській системі господарювання в цілому. Одним з головних була неуважність до індивідуальних особливостей і потребам споживачів страхових послуг, тобто недоліки лежали в області якісних характеристик надаваних послуг. Цій моделі відповідали й форми організації господарства в цілому, та зокрема - форми організації діяльності й організаційної структури керування страхових компаній.

В 1970–1980-ті роки страхування було інструментом економічної політики держави. Воно розбудовувалося, головним чином, як важлива частина державної фіскальної системи, частина механізму формування й витрат державного бюджету, що мав велику інвестиційну й соціально-захисну спрямованість. Одночасно страхування успішно виконувало важливі функції по захисту господарюючих суб'єктів і населення від ризиків [30].

Потрібно враховувати, що зовнішнє середовище, у якому діють сучасні вітчизняні страховики, істотно змінилася:

1. У порівнянні з "радянським" періодом різко впав економічний потенціал країни в цілому. Відповідно, впав у кількісному вираженні сукупний попит на всі товари й послуги, включаючи страхування.

2. Відбулися істотні зміни якісних характеристик потенційного споживчого поля: різка диференціація доходів і, відповідно, платоспроможності потенційних споживачів страхових послуг призвели до того, що прийнятний для сталого розвитку страхового ринку стабільний рівень платоспроможності в цей час мають у середньому не більш 10% підприємців і ледь більш 10% домашніх господарств.

3. Крім того, у країні неухильно розбудовується демографічна криза, що характеризується стійким скороченням чисельності населення й зменшенням частки працездатних, тобто, найбільш платоспроможних категорій населення [122].

Тобто, склалися умови при яких основна частина населення не зацікавлена й не в змозі користуватися послугами страхового бізнесу. Це явно простежується на результатах проведення обов'язкового страхування відповідальності власників автотранспортних засобів, ступінь охопту яким становить не більш 25%. Але це ж обов'язковий вид страхування? Ці тенденції суспільного опору поширенню примусового страхування - не випадковість і не

наслідок "неправильного менталітету" вітчизняних страхувальників - вони носять об'єктивний характер і є результатом невідповідності домінуючої ринкової ідеології й заснованої на ній моделі управління потребами розвитку вітчизняного страхування.

Тому, перспективи розвитку страхового бізнесу в рамках існуючої моделі його функціонування залишаються вкрай обмеженими, бо потреба в страховому захисті 20% населення не буде сприяти його зростанню.

У цілому склався стан, коли домінуючі форми організації підприємницької діяльності в страхуванні перестали відповідати вимогам, які пред'являють сучасні споживачі страхових послуг. Це - реальне протиріччя між постачальниками й споживачами послуг, яке гальмує подальший розвиток ринку.

Таким чином, ми перебуваємо в умовах необхідності зміни сформованої за роки незалежності так званої «ринкової моделі» функціонування ринку на нову більш ефективну модель, відповідну до потреб розвитку реального страхування.

Керівник фірми РІФАМС Лайков А.Ю. висловлює: «Без врахування інтересів сучасних вітчизняних споживачів страхових послуг справжнього розвитку ринку не буде, а застаріла ринкова модель ці інтереси не здатна брати до уваги в принципі. У соціально-економічних умовах, що змінилися, усі спроби зберегти вітчизняний страховий капітал у старій відтворювальній формі не зможуть вийти за рамки примусу, що вичерпав себе, страхувальників до придбання послуг страхових компаній у комбінації з поширенням квазістрахових схем, що дискредитують страховий ринок. Необхідна зміна форми ринку на ту, яка адекватна змісту сучасних страхових відносин» [122].

Тобто, постає необхідність забезпечення пріоритетності ролі страхувальника та захисту його інтересів. Страхові організації й конкуренція між ними повинні розглядатися як засоби, що сприяють постійному розвитку джерела свого існування - страхувальника, а держава повинна створювати умови й стимули, необхідні для оптимальної комбінації інтересів страхувальників і страхових підприємців.

Протягом останніх 20 років страхування в Україні є частиною економіки, у якій значну роль відіграють тіньові взаємодії. Усі ці процеси відбиваються на показниках діяльності страхового ринку України і формують його негативні тенденції [74].

Таким чином, сьгоднішні умови ставлять перед фінансистами, фінансовими директорами класичних страхових компаній України необхідність вирішення складних завдань комбінації консервативного фінансового підходу в оцінці ефективності тих або інших управлінських розв'язків з необхідністю розробки і впровадження нових управлінських технологій, таких як бюджетування, контролінг, системи управлінського обліку, системи збалансованих показників і ін. Крім цього, вони змушені поєднувати нашу ментальність із системою керування ризиками, які генеруються у функціональній сфері, у внутрішньому і зовнішньому середовищі.

Слід розуміти, що глобалізація страхової індустрії призведе згодом до загальних змін всесвітньої корпоративної культури, прийняттям етичного кодексу страховиків. Наші страхові компанії, як великі інституціональні інвестори будуть відігравати усе більш важливу роль у національній економіці і в інтеграційних процесах у світову економіку.

Глобалізаційні процеси будуть супроводжуватися подальшою концентрацією капіталу в страхових групах і їх злиттям з банківським і фінансово-промисловим капіталом. Згодом зміниться структура класичного й квазістрахування у бік значного зменшення останньої. Страхові стандарти обслуговування клієнтів будуть уніфіковані й законодавчо закріплені. Підвищення рівня життя неминуче призведе до підвищення страхової й фінансово-інвестиційної культури.

Такий розвиток глобальної фінансової системи ставить задачі переосмислення економічної і фінансової політики, вимагає удосконалення конкретних інструментів і технологій економічного регулювання страхових відносин, що забезпечують економічну безпеку господарюючих суб'єктів і стійкий розвиток національної економіки [122].

Актуальність питання державного регулювання страхової галузі значно підвищилася у зв'язку зі світовою фінансовою кризою, яка вплинула й на український страховий ринок, оскільки в подібних умовах державне регулювання набуває особливого значення; вчасне реагування держави на кризові явища значно послаблює їхні негативні наслідки для економіки й держави загалом. З огляду на це необхідною є постійна адаптація пріоритетів державного регулювання страхового ринку України до вимог сьогодення з урахуванням очікувань майбутніх подій, визначених на основі тенденцій розвитку вітчизняного ринку страхування і з урахуванням зарубіжного досвіду в цій сфері [164].

Якщо розглядати сутність поняття державне регулювання страхової діяльності, то воно являє собою систему заходів і методів, здійснюваних на правовій основі з метою визначення рамок і правил функціонування страхового ринку й діяльності страхових компаній на ньому [164].

Основними формами прояву регулюючої функції держави у сфері страхування є прийняття законодавчих актів, які регулюють страхування, запровадження в інтересах суспільства й окремих категорій його громадян обов'язкового страхування, проведення спеціальної податкової політики, установа пільг (стягнень) страховим компаніям для стимулювання (обмеження) такого роду діяльності, а також створення особливого правового механізму, який би забезпечував нагляд за функціонуванням страхових компаній.

Державне регулювання страхової діяльності може здійснюватися шляхом проведення політики обмежень та політики стимулювання. Державна політика обмежень у сфері страхування полягає в установленні правил ліцензування, розміщення страхових резервів, у визначенні мінімального розміру статутного капіталу страхової компанії, установленні обґрунтованих тарифів для обов'язкового страхування, контролі уповноваженими державними органами

додержання учасниками страхового ринку вимог нормативно-правових актів і накладанні санкцій за їх невиконання [164].

Державна політика стимулювання у сфері страхування полягає в забезпеченні платоспроможності потенційних страхувальників (створення умов для оплати праці й пенсійного забезпечення на належному рівні, для прибуткової діяльності суб'єктів господарювання), у здійсненні стимулюючого оподаткування й пільгового кредитування страхових компаній, створенні сприятливого інвестиційного клімату для страховиків, запровадженні обов'язкових видів страхування й забезпеченні добросовісної конкуренції на страховому ринку .

Як зазначає Приказюк Н.В.: «Удосконалення державного регулювання страхового ринку можливе шляхом запровадження пруденційного нагляду, яке сприятиме забезпеченню загальної стабільності й цілісності страхового ринку, ефективному захисту інтересів споживачів і підвищенню конкурентоспроможності національних страхових компаній» [164].

Загалом пруденційне регулювання (нагляд) полягає в попередженні нестабільності фінансової системи й запобіганні неплатоспроможності страховиків і дає можливість виявити недоліки в діяльності страховиків від самого їх початку, а отже, вжити заходів щодо їх усунення. У розвинених європейських країнах до інструментів пруденційного регулювання належать діагностичні, превентивні й оздоровчі інструменти.

Слід особливо зазначити, що з 23 лютого 2012р. набув чинності УКАЗ Президента України «Про ліквідацію Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України» № 148/2012. Тому звіт Державної комісії за 2011р. не публікується на офіційному сайті. Офіційної інформації щодо кількості небанківських фінансових установ, які діяли протягом 2011р. поки що не публікується. Зараз діяльність ринку фінансових послуг регулюється Національною комісією (Нацкомфінуслуг)[197].

Тобто, відбувається лібералізація українського фінансового ринку, що вимагає уніфікації стандартів та держрегулювання нагляду за фінпослугами. Як повідомила президент Ліги страхових організацій України (ЛСOU) Наталія Гудима, Нацкомфінпослуг у цілому підтримала законопроект «Про внесення змін до Закону України «Про страхування» №9614-д. Щоправда, Закон ще доопрацьовуватиметься до першого читання у парламенті і, за прогнозами експертів, вже до кінця першого півріччя 2012р. буде прийнятий. Документ має посилити захист прав споживачів страхових послуг і підвищити рівень розкриття інформації на ринку. Нині діючий закон «Про страхування» був прийнятий у 2001 р. Тоді в Україні було 338 страхових компаній (СК), нині їх — 457 [52].

Отже зараз відбуваються зміни у структурі управління українським фінансовим ринком та зміна законодавчої бази щодо його регулювання.

Голова Нацкомфінуслуг А.Стасевський визначив основні напрямки діяльності відомства:

1. Забезпечення розкриття учасниками фінансового ринку обов'язкової інформації, у тому числі про їхніх кінцевих власників, супровід

- переходу фінустанов на міжнародні стандарти фінзвітності шляхом надання методологічної допомоги в її складанні є пріоритетними напрямками діяльності роботи Національної комісії, що здійснює державне регулювання в сфері ринків фінансових послуг України.
2. Нацкомфінуслуг необхідно перейти на пруденційний нагляд шляхом регулярного проведення оцінки загального фінансового стану фінустанов, результатів діяльності системи і якості керування нею, дотримання обов'язкових нормативів і інших показників і вимог, що обмежують ризики операцій з фінансовими активами.
 3. Необхідно забезпечити нагляд на консолідованій основі за фінансовими групами, зокрема шляхом визначення порядку надання інформації про існування банківської або небанківської фінансової групи й структурі їх власності, обміну інформацією з Нацбанком і Нацкомісією по цінних паперах і фондовому ринку й установлення при необхідності спеціальних вимог до фінансових груп і підгруп.
 4. Одним з основних напрямків у діяльності комісії визначають захист прав споживачів фінпослуг, зокрема шляхом розробки законопроекту щодо досудового розв'язку суперечок між небанківськими фінустановами й споживачами (уведення інституту фінансового омбудсмена), розробки програми інформування громадськості про діяльність небанківських фінустанов.
 5. Першочерговими завданнями в сфері страхування глава Нацкомфінуслуг вважає підвищення рівня капіталізації страхових компаній, розробку нової редакції закону « Про страхування», оцінку активів страховиків по слушній вартості, посилення ролі актуаріїв в оцінці платоспроможності страховика, впровадження систем оцінки ризиків у страховиків.
 6. Необхідне створення системи гарантування страхових виплат по договорах страхування життя шляхом розробки відповідного законопроекту, розвиток страхування сільськогосподарських ризиків, сприяння створенню страхової моделі охорони здоров'я шляхом участі в розробці її принципів.
 7. У сфері накопичувального пенсійного забезпечення Нацкомфінпослуг має намір розробити нормативні акти, передбачені законом від 8 липня 2011 року № 3668 « Про заходи для законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи», брати участь у розробці законопроекту про впровадження механізму перерахування страхових внесків у накопичувальну систему загальнообов'язкового державного пенсійного страхування.
 8. У сфері кредитної кооперації відомство має намір приділити особливої увагу, зокрема, удосконалюванню системи держрегулювання й нагляду за діяльністю кредитних союзів, у тому числі шляхом надання Нацбанку права здійснення пруденційного нагляду за діяльністю кредитних союзів, що залучають внески населення.
 9. Нацкомфінпослуг також планує розробку діючих механізмів виводу неплатоспроможних кредитних союзів з ринку фінпослуг, введення

диференційованих регуляторних вимог для окремих категорій кредитних союзів з обліком фінансових і операційних ризиків і механізмів саморегулювання кредитних союзів з метою підтримки їх фінансової стабільності й забезпечення дотримання ними правил поведінки на ринку фінпослуг.

10. Крім того, відомство вважає за необхідне створення умов для функціонування другого рівня системи кредитної кооперації, у тому числі кооперативних банків і об'єднаних кредитних союзів, а також сервісної інфраструктури ринку. У його планах також забезпечення повноцінного функціонування бюро кредитних історій шляхом внесення змін у деякі законодавчі акти щодо вдосконалювання діяльності бюро кредитних історій, удосконалювання основних принципів ломбардної діяльності і її регулювання шляхом супроводу у Верховній Раді урядового законопроекту «Про ломбарди й ломбардну діяльність» [188].

Таким чином, у найближчий час мають відбутися істотні зміни щодо діяльності учасників фінансового ринку України.

Проведене нами аналітичне дослідження тенденцій, діючих на страховому ринку в Україні виявило існування цілого ряду проблем, а саме:

1. Недостатня прозорість інформації щодо показників діяльності страхового ринку;
2. Показники концентрації та індекс Герфіндаля-Гіршмана повинні розраховуватися не тільки загалом по ринку, а з урахування його галузевої сегментації та спеціалізації страхових компаній;
3. Потрібна розробка методики порядку проведення аналізу та оцінки конкурентного середовища страхового ринку України;
4. Відсутність дієвої системи антимонопольного законодавства;
5. Проблеми державного регулювання страхового ринку.

Рішення перерахованих вище проблем може бути досягнуто тільки за допомогою залучення широкого кола фахівців і держслужбовців, це надасть можливість не тільки розвитку страхової галузі, але й забезпечить розвиток і підйом економічного середовища в Україні.

5.3. Особливості аналізу виставкової логістики у сучасних умовах

Виставкова діяльність у нашій країні швидко розвивається, особливо у останнє десятиріччя, та в усе більшому ступеню стає відображенням економіки. Тому інтерес до цієї діяльності постійно зростає. Виставка у сфері комерційної діяльності сприяє як ефективному розвитку вітчизняного бізнесу, так і просуванню закордонного бізнесу на Україні.

Сучасна виставкова діяльність – це складна система відносин, що охоплює різні сторони, інтереси та мотиви людей. Успішна реалізація виставкової діяльності передбачає системне вивчення, вимір та узагальнення впливу факторів на виставкову діяльність підприємств будь-якої галузі.

В умовах мінливого зовнішнього середовища, якому все частіше притаманні кризові явища, підприємствам промисловості України необхідно враховувати вплив макрофакторів на виставкову діяльність.

Спроба узагальнення впливу макрофакторів на виставкову діяльність наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Узагальнення впливу макрофакторів на виставкову діяльність

Макросередовище		
Фактор	Характеристика	Вплив позитивний (+), негативний (-)
Нормативно-правовий	<ul style="list-style-type: none"> - недосконалість нормативної бази, яка регулює відносини в сфері виставково-ярмаркової діяльності України; - відсутність системи сертифікації та аудиту статистичних даних про виставки-ярмарки; - протекціоністська політика щодо вітчизняного виробника виставкових послуг; - впровадження стандартів ISO серії 9000; - програми та заходи органів державної влади спрямовані на поліпшення виставково-ярмаркової діяльності в Україні. 	<ul style="list-style-type: none"> - - + + +
Законодавчий	<ul style="list-style-type: none"> - недосконалість законодавчої бази щодо підприємницької діяльності; - часта зміна законодавства України з регулювання комерційної діяльності; - відсутність закону про виставкову діяльність в Україні; - обмеження внутрішнього і зовнішнього інвестування; - відсутність пільг із боку держави для підприємств-учасників виставок-ярмарків. 	<ul style="list-style-type: none"> - - - - -
Податковий	<ul style="list-style-type: none"> - недосконалість законодавчої бази з оподаткування; - складна процедура проведення митних процедур для іноземних учасників вітчизняних виставково-ярмаркових заходів; - складна процедура проведення митних процедур для вітчизняних підприємств при перевезенні експонатів через кордон. 	<ul style="list-style-type: none"> - - -
Моніторинг макрофакторів	<ul style="list-style-type: none"> - постійне спостереження за інституціями ринку; - аналіз змін правового поля з метою прийняття управлінських рішень. 	<ul style="list-style-type: none"> + +

Виставки є інтегрованими маркетинговими комунікаціями, оскільки включають в себе всі складові елементи комплексу маркетингових комунікацій. Тому роль виставок є значною, оскільки вони є своєрідним «зрізом» ринку, відображають реальну ситуацію, показують тенденції

розвитку галузі, сприяють підвищенню споживчого попиту, що в свою чергу вимагає від виробників товарів та послуг більш високої якості, ширшого асортименту, надання гарантій та сервісного обслуговування.

Аналітичні дослідження виставкової діяльності визначили низку наукових проблем, серед яких актуальними є такі, що пов'язані з підвищенням її ефективності на базі оптимізації витрат на організацію та проведення виставок та визначення, відокремлення і оптимізацію логістичних витрат виставкової діяльності.

Тому виникає необхідність розглянути, що ж собою уявляє виставкова логістика, що взагалі розуміють під терміном логістика та яке його історичне походження.

Найбільш поширеним є застосування логістики у військовій діяльності, особливо після узагальнення досвіду Наполеонівських війн, де військовий теоретик Джоміні А.Г. визначав логістику як мистецтво матеріально-продовольчого забезпечення армії, «Міст між економікою нації та діючою армією» [42, с.115].

Американський фахівець у галузі системного аналізу Моргенштерн О. вперше у 1951 році вказав на можливість використання положень військової логістики в економіці. Він стверджував « ... існує абсолютна схожість між управлінням забезпеченням військ та управлінням матеріальними ресурсами в промисловості» [183, с.18].

Теорія логістики у сучасному вигляді сформувалась у США. Американська рада з управління логістикою (Connickl of dogistics Mana-gemnt) спочатку вважала, що логістика - це процес планування, реалізації та управління ефективним, економічним рухом і зберіганням сировинних матеріалів, незавершеного виробництва, готової продукції та пов'язаного з усім цим інформації з пункту виробництва до пункту споживання з метою забезпечення відповідності вимогам споживача.

Пізніше це визначення було доповнено додаванням до матеріального потоку ще й послуг: логістика – це процес планування, управління і контролю ефективного (з погляду зниження витрат) потоку запасів сировини, матеріалів, незавершеного виробництва, готової продукції, послуг і відповідної інформації від місця його споживання (включаючи імпорт, експорт, внутрішні та зовнішні переміщення) з метою повного задоволення попиту споживачів.

Серед таких класичних визначень логістики відомі ще такі як:

Баллоу Р.Х. – це планування, організація і контроль усіх видів діяльності з переміщення та складування, які забезпечують проходження матеріального потоку від пункту закупівлі сировини до пункту кінцевого споживання, та відповідного інформаційного потоку [65, с.325].

Магі Дж. Ф., Копакіно В.К., Розенфельд Д.Б. – це мистецтво управління потоком матеріалів і товарів від зовнішнього джерела до споживача [101, с.172].

Майлс Р.Т. – це процес управління рухом і зберіганням сировини, незавершеного виробництва і готової продукції в господарському обігу від

моменту сплати грошей позичальникам до моменту отримання грошей за доставку готової продукції споживачам [102, с.20].

Хескетт Дж. Л. – це сукупність видів діяльності з управління потоками продукції, координації виробництва і ринків збуту при певному рівні послуг з мінімальними витратами [121, с.8].

Сучасна концепція логістики пройшла декілька етапів свого розвитку починаючи з десятиріччя 1956-1965 року, періоду загострення конкуренції на світових ринках та модернізації технологій і масового поширення комп'ютерів до останнього, що визначався у 1968 році та триває досі [179, с.120]. Існують щонайменше п'ять причин щодо подальшої інтеграції логістичних систем, тому, що логістична система:

- сприяє автоматизації навантажувально-розвантажувальних робіт і транспортно-складських робіт;
- володіє потужним потенціалом оптимізації матеріального потоку та інформаційного потоку;
- забезпечує надійний контроль над кожною логістичною операцією;
- узгоджує інтереси постачальників і споживачів;
- дає можливість впровадження нових нетрадиційних рішень.

З початку 1990 років російськими вченими – спеціалістами в економіці матеріально-технічного постачання розробляється теорія логістики у ринковому розумінні. Серед провідних робіт слід назвати роботи М.П. Гордона, Б.К. Семененко, А.И. Роднікова, М.С. Залманова, І.Б. Сергієва, С.В. Кондрашова. У наукових працях сучасного напрямку, наприклад С.В. Кондрашова, логістика розглядається у системі управління товарно-матеріальними потоками промислового підприємства, де «логістика досліджує і управляє матеріальним потоком, що включає рух не тільки матеріальних ресурсів, але й готової продукції з них» [148, с.95]. Вона, на його думку, пов'язана з менеджментом матеріальних ресурсів, але має різницю за областями діяльності, тому підприємство повинно вибирати ту, чи іншу модель взаємодії та розподілення сфер, що відносяться до компетенції логістики і менеджмента матеріальних ресурсів.

Логістика тісно пов'язана також з управлінням маркетингово-збутовою діяльністю, з оперативно-виробничим плануванням, а тому С.В. Кондрашов стверджує, що задачею логістики на промисловому підприємстві є, насамперед, координація фізичного переміщення і запасів матеріалів, полуфабрикатів, комплектуючих і готової продукції по ланцюгу п'яти «П» : «поставщики- посередники - промышленное предприятие – посередники – потребители» [148, с.112], з метою раціоналізації витрат на транспортування, складування, навантаження та розвантаження. Під посередниками у даному ланцюгу він пропонує розуміти експедиторські, транспортні і складські організації. Промислове підприємство може використати ці послуги, якщо вважає їх вигідними.

Українські економісти Окландер М.А. та Хромов О.П. стверджують, що концепція промислової логістики потребує координації всіх систем руху та зберігання матеріалів і товарів. Як наслідок створюється логістична система

підприємства- єдино можлива форма існування логістики як інтегрованої функції управління матеріальним потоком [179, с24].

Метою логістики є сервіс – постачання товарів, послуг та інформації «точно вчасно».

У відповідності до розробленої концепції та методології відносно промислової логістики нами здійснена спроба застосування та адаптації основних положень до сучасної виставкової діяльності.

Виставкова логістика у загальному розумінні - це спрямована діяльність, що здійснюється через управління ефективного потоку виставкових послуг і відповідної інформації від місця виникнення цього потоку до місця його споживання з метою повного задоволення попиту споживачів. Під терміном «управління» слід розуміти систему планування, організації, координації, реалізації, обліку, контролю та аналізу всього потоку виставкових послуг з погляду зниження витрат, чи точніше – досягнення їх оптимального розміру для забезпечення найбільшої ефективності виставкової діяльності.

Основною метою виставкової логістики є забезпечення повного сервісу виставкових послуг своєчасно, у необхідному асортименті, з потрібною якістю обслуговування, у визначеному місці та з оптимальними витратами як для організаторів, так і для учасників виставки.

Результати дослідження дозволили виявити систему управління виставковою діяльністю, що базується на принципах оптимального вибору та взаємодії (комунікаційного процесу) експонента та відвідувача виставки (Рис. 1).

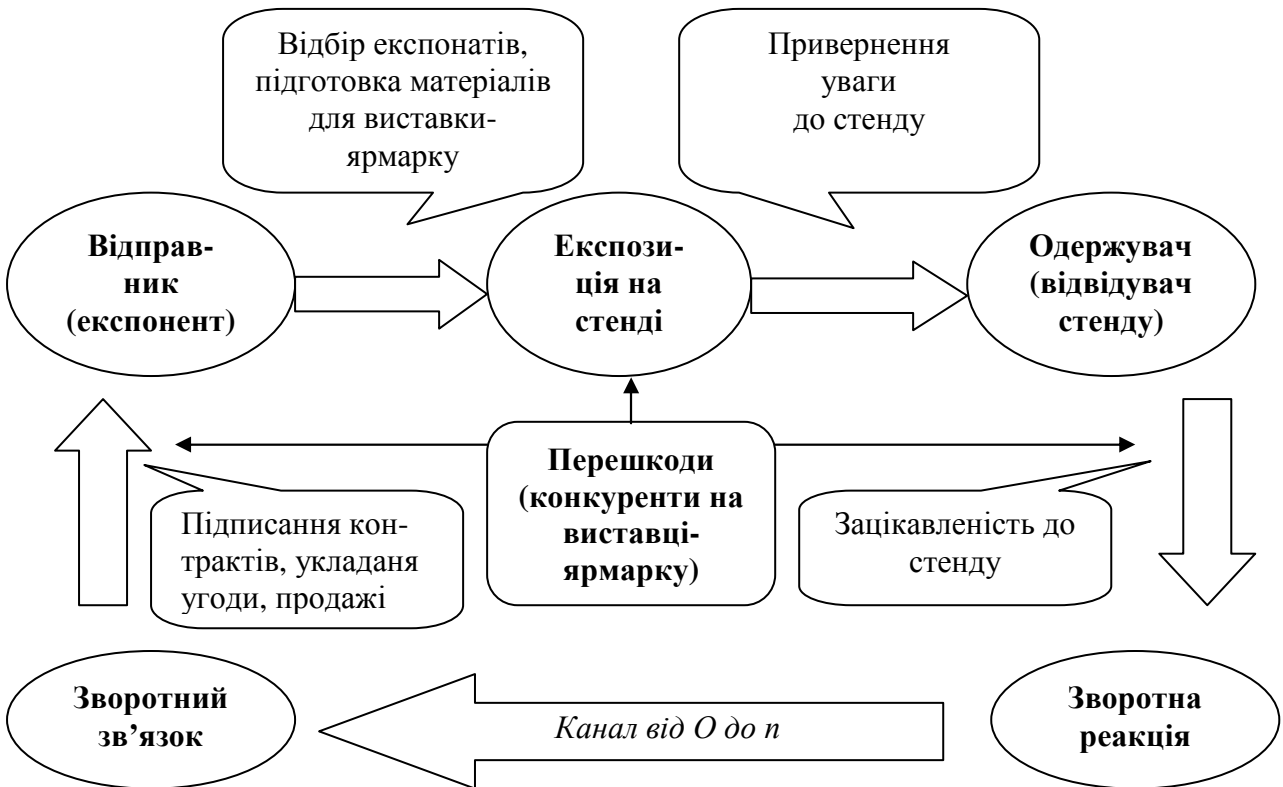


Рис. 1. Схема взаємодії в комунікаційному процесі виставкової діяльності

Проведені дослідження дали можливість дійти висновку, що у вітчизняній економіці роль і значущість виставкової діяльності постійно зростає. Аналітичні матеріали підтверджують прогноз Всесвітньої асоціації виставкової діяльності (UFI), членом якої є Виставкова федерація України, стосовно подальшого динамічного розвитку українського виставкового ринку в умовах трансформаційних змін в економіці.

Дослідження всього обсягу виставкових послуг, його видів та напрямлень та відповідних інтересів всіх учасників виставкового процесу, а також виділення та обґрунтування проблем, що виникають у виставковій логістиці, як об'єкта аналітичної системи управління, є одним з актуальних напрямків наукового дослідження, що потребує ефективного управління.

У зв'язку з цим необхідне дослідження усієї сфери виставкових послуг, її видів та напрямлень та відповідних інтересів усіх учасників виставкового процесу.

До основних видів виставкових послуг відносяться такі, як:

- надання виставкової площі для розташування стенда учасника (експозиції) “обладнаної” і “необладнаної”;
- видання виставкового каталогу з інформацією про учасників виставки (у тому числі з заочною участю);
- окрема реклама фірм учасників у каталозі виставки;
- реклама виставки у засобах масової інформації, розміщення рекламних плакатів про виставку в місті, на рекламних лайт-боксах та інших засобах;
- запрошення потенційних клієнтів фірм-учасників на виставкові стенди через попередню цілеспрямовану розсилку, рекламу в спеціалізованих виданнях тощо;
- проведення в рамках виставки спеціалізованих семінарів, конференцій, презентацій, майстер-класів та ін.;
- дизайнерські послуги з розробки та представлення експозиції на стенді замовника;
- організація системи охорони, електропостачання, освітлення, прибирання;
- організація служби інформації роботи виставки та відображення роботи виставки через телебачення та радіо;
- публікація у Інтернеті та періодичних виданнях;
- організація офіційних прийомів для учасників виставок для неформального спілкування та налагодження бізнес-контактів.

Надані послуги повинні задовольнити замовників (учасників виставки), виконавців (організаторів виставки) та відвідувачів (зацікавленого контингенту). Аналіз взаємозв'язків цих інтересів замовників, котрі у більшості належать до учасників виставки, відображається у відношенні усіх видів замовлених послуг з можливістю надання виставковою компанією-організатором чи забезпечення замовлених послуг за рахунок інших організацій. Але побічна оцінка урахування інтересів замовників може також

проявлятися через загальну ефективність участі у виставці, яка може найбільш повно відобразити урахування всіх інтересів виставки.

При вивченні інтересів важливо урахувати та оцінити можливість максимального використання всього спектру послуг, що має дане підприємство, а також оцінки оптимального співвідношення прогнозуемого доходу, що планується отримати від наданих послуг, до витрат щодо їх використання. Актуальним при цьому є фактор часу: коли було надано замовлення та можливість його виконання.

Інтереси відвідувачів враховуються у забезпеченні їх цілеспрямованого відвідування спеціальних виставок, запрошенням на стенди учасників, можливістю участі в конференціях та семінарах виставки, забезпеченням вільного спілкування відповідно до тематики виставкових заходів.

Виходячи з сказаного, логістика виставкової діяльності – це вибудова оптимальної структури взаємозв'язків споживачів виставкових послуг як у рамках проведення виставки, так і після її закінчення з метою підвищення ефективності цієї взаємодії на основі мінімізації витрат.

У відповідності до визначення логістики виставкової діяльності її метою є, насамперед, мінімізація витрат на організацію виставок, як основи підвищення ефективності взаємодії усіх споживачів виставкових послуг.

Тому при аналізі логістичних витрат необхідно вивчити їх динаміку, склад і структуру (див. таблицю 2) та їх групування за напрямками розподілу їх функціонування, а саме:

- на розширення надання послуг (тобто на максимальне забезпечення замовлених виставкових послуг) (А);
- на підтримку виставкової діяльності (розробка нових проектів, виставкових заходів, рекламної компанії виставки та ін.) (Б);
- на реалізацію виставкових послуг (як у проведенні своїх виставок, так і у наданні виставкових та інформаційних послуг іншим виставковим організаціям) (В).

Логістичні витрати повинні бути виділені із всього обсягу витрат фірми. Крім того на відзнаку від логістичних витрат маркетингові витрати виставкової організації розподіляються за такими напрямками: дослідження ринку виставкових послуг; на організацію нових виставок та збут виставкових послуг; на просування виставкових послуг.

Вся сукупність виставково-логістичних витрат може бути поділена за двома напрямками (відповідно до собівартості продукції комерційної діяльності), по-перше, на витрати однорідні та комплексні та, по-друге, на умовно-постійні та умовно-змінні. Аналіз логістичних витрат виставкового бізнесу повинен будуватися з урахуванням особливостей цього виду діяльності та загальноприйнятими підходами до аналізу собівартості продукції як невід'ємної складової продукту комерційної діяльності.

Специфіка аналізу логістичних витрат витікає з їх економічної сутності та складу витрат виставкової діяльності.

Наприклад, витрати на оренду виставкових площ за своєю сутністю однорідна стаття витрат, яка залежить від умов оренди, зокрема її вартості за

одиницю часу (частіше це доба чи погодинна оплата) та від тривалості оренди. Остання складова включає до себе не тільки строк проведення виставки (у більшості від трьох до п'яти днів), але й час на підготовку та монтаж експозиції виставки, а також її демонтаж та складування виставкового обладнання, тобто тривалість зростає ще як мінімум на три-чотири дні. При цьому важливо правильно прогнозувати кількість виставкових площ, тому що ця складова витрат найбільш вагома та завжди передбачає попередню оплату за оренду виставкового залу.

Заплановані площі не завжди дорівнюють фактично необхідним, що будують зайняті під експозицію, а тому це джерело невинуватених витрат у сукупності логістичних витрат для організаторів виставки. Таким чином, при аналізі витрат на оренду виставкових площ необхідно врахувати їх фактичне відхилення від запланованих, а також визначити вплив факторів на таке відхилення: а саме за рахунок кількості зайнятих площ та їх відносної вартості.

Постатейний аналіз логістичних витрат з урахуванням особливостей виставкової діяльності, буде сприяти їх збалансованості, оптимізації та більш ефективному використанню і, як наслідок, підвищенню рівня економічного ефекту самої виставкової діяльності. Виходячи з вищевказаного можливо зробити висновки: по-перше, логістичні витрати - це окремі витрати виставкової діяльності, вони пов'язані з просуванням виставкових послуг і відповідної інформації від місця їх виникнення до споживання з метою повного задоволення попиту споживачів, тому вони повинні відокремлюватися та концентруватися у окремий комплекс витрат. По-друге, на базі комплексних логістичних витрат повинна формуватися ціна участі експонента у виставкових заходах.

Витрачаючи кошти та час на виставку, організатори, експоненти та відвідувачі очікують найбільшої віддачі як від самої виставки та заходів, що її упроваджують, так і в послідовних періодах роботи за межами виставки. Тому, актуальною є вимога оцінити оптимальне співвідношення прогнозованого доходу, що планується отримати від наданих послуг до витрат щодо їх здійснення.

Оцінка ефективності виставкової діяльності передбачає розгляд проблеми з двох напрямків: з точки зору учасників виставки – тобто її експонентів, та з точки зору організаторів виставок – тобто виставкових центрів.

У виставкових заходах приймають участь експоненти різних рівнів. Для підприємств результати участі виявляються у одержанні прибутку, можливості виходу на зовнішні та інші регіональні ринки, участь у кооперації та створенні позитивного іміджу підприємства. Аналіз результатів виставкової діяльності показує, що на формування системи показників ефективності участі впливає вид виставки, її призначення і склад учасників.

Склад логістичних витрат виставкового бізнесу та направлення розподілу їх функціонування

№	Статті витрат	Витрати за направленнями розподілу їх функціонування поділяються на:			Всього витрат в %
		забезпечення виставкових послуг	підтримку діяльності	реалізацію виставкових послуг	
		А	Б	В	в %
	Логістичні витрати, усього в тому числі:				100
1	- оренда виставкових площ;				
2	- амортизація основних засобів;				
3	- витрати на заробітну плату з них:				
3.1	- оплата праці залучених співробітників				
3.2	- витрати на соціальні заходи				
4	- витрати зв'язку (телефон, інтернет, пошта)				
5	- поліграфічні послуги (буклети, каталоги, плакати, запрошення та інші)				
6	- витрати на відрядження;				
7	- витрати на рекламу;				
8	- витрати на доставку експонатів;				
9	- витрати на підготовку та поточний ремонт виставкового обладнання;				
10	- витрати на монтаж та демонтаж стендів;				
11	- витрати на проведення конференцій, семінарів та презентацій;				
12	- митні послуги;				
13	- витрати на організацію та проведення церемоній нагородження, відкриття виставок, переможців та учасників конкурсів, проведення тематичних конкурсів та вечорів;				
14	- інші витрати				

Серед видів виставок слід визначити спеціалізовані виставки, виставки-презентації, виставки-ярмарки, виставки-конференції, виставки-конкурси та інші. Спеціалізована виставка, у першу чергу, повинна забезпечити безпосередньо комерційні інтереси підприємств-учасників. Головна її ціль – конкуренція між багатьма однорідними видами продукції. Попереднім результатом участі підприємства у спеціалізованій виставці є кількість

відвідувань стенда і кількість переговорів, що свідчить про конкурентоспроможність експонуємої продукції чи послуги та викликає інтерес у споживачів.

На основі проведених наукових досліджень для оцінки ефективності участі експонента у виставці пропонується проводити анкетування експонентів та відвідувачів виставки за спеціальною методикою.

Якісні дані збирають методом вибіркового опитування за допомогою опитувальних листів.

Об'єктом досліджень є відвідувачі-фахівці, які приходять на виставку з ділових або професійних причин, і приватні відвідувачі, що відвідують виставку, виходячи з особистого інтересу.

Усіх відвідувачів опитати неможливо, оскільки їх надто багато. Тому визначають вибірку пробу (збирання даних від певної частини відвідувачів).

Вибіркову пробу (N) можна розрахувати на підставі математично-статистичної закономірності:

$$N = \frac{t^2 \circ s^2}{e^2}, \quad (1)$$

де t – коефіцієнт імовірності (так, t=2 за 95,5% імовірності й 4,5% помилки);

s – варіанти ознаки загалу (наприклад, попередні дослідження показали, що 50% опитуваних кажуть «так», 50% - «ні», отже s=0,5);

e – допустима похибка (наприклад, ±4%).

При визначенні вибіркової проби необхідною умовою є репрезентативність вибіркової проби (вибірки). Лише тоді одержані дані можна вважати достовірними і переносити на весь загаль відвідувачів.

Теорія статистики визначає репрезентативність вибірки як властивість вибіркової сукупності відтворювати генеральну сукупність з певною точністю і надійністю.

Репрезентативність вибірових даних може бути виражена у достатньому або недостатньому ступені. У першому випадку у вибірці одержують вірогідні оцінки генеральних параметрів, у другому – невірогідні. При цьому невірогідні оцінки вибірки не применшують значення вибірових показників для характеристики самої вибірки. Вірогідні оцінки значно розширюють сферу застосування результатів, одержаних при вибіровому обстеженні. Неточності вибірового спостереження містять помилки репрезентативності. Розміри їх залежать від того, наскільки точно належна спостереженню частина сукупності відтворює (репрезентує) всю сукупність.

Розмір опитування на виставці залежить від основного загального показника відвідувачів і від точності, що пред'являється до аналізу. За правилами ФКМ, «Правила товариства добровільного контролю статистичних даних виставок і ярмарків – ФМК» (ФМК, Німеччина), на виставковому заході з числом відвідувачів до 5000 осіб повинно бути опитано не менше 300 осіб; від 5000 до 25000 осіб – не менше 500 осіб; понад 50000 осіб – не менше 2%; понад 50000 осіб повинно бути опитано не менше 1000 осіб.

Вибіркове опитування проводиться довільно. Основним показником відвідувачів є загальна чисельність присутніх на даному виставковому заході, встановлена в ході збору кількісних даних. Необхідно зазначити, що опитування проводять у всі дні роботи виставки.

Важливим методом збору якісних даних є анкетування, що дає змогу вивчити структуру відвідувачів, визначити цілі, мотиви відвідування виставки тощо.

Анкета, яку заповнює відвідувач, має включати наступну інформацію: персональні дані (прізвище, ім'я, по батькові, посада/професія, контактні телефони та ін.); дані про підприємство/організацію (поштова адреса, вид діяльності/галузь, розмір організації і т.д.); мета відвідин виставки (одержання інформації, огляд новинок, співпраця, потенційна участь і т.д.); розділи виставки, що викликають зацікавленість; джерело інформації про виставку (зовнішня реклама, запрошення, ЗМІ, каталоги інших виставок та ін.).

Залежно від мети і часу (до або після огляду) анкетування в анкету можна вносити й інші питання про результати відвідин виставки, оцінки її організації, напрями розширення тематики виставки і будь-яку іншу важливу інформацію.

Зібрані якісні дані використовують при поданні документів у професійні виставкові об'єднання, в рекламних матеріалах виставки, в прес-релізах, статтях, а також для запрошення відвідувачів на наступні виставки та ін.. Вони можуть бути супроводжені коментарями, порівняльними характеристиками щодо статистики попередніх років.

За результатами виставки виставкова організація відмічає головні питання: чи досягнута фінансова мета виставки; чи виконана кількісна мета виставки; чи реалізовані маркетингові задачі; які заходи необхідно провести в контексті стратегічного розвитку проекту.

Слід зазначити, що всі викладені правила збору та аналізу статистичних даних про виставкові заходи при практичному застосуванні потрібно адаптувати до галузевих, регіональних і національних умов.

Методику аналізу результативності виставкових заходів із зазначенням використаних методів коротко можна викласти наступним чином (Рис.2):

Стадії та етапи	Показники	Методи
1	2	3
Передвиставкова (прийняття рішення про проведення виставки; офіційне оголошення про проведення виставки; формування структури управління підготовкою і проведенням виставки; прийом замовлень на участь у виставці; комплекс підготовчих організаційно-технічних заходів)	Визначення кон'юнктури ринку виставкових послуг	Маркетингові дослідження; метод аналогій та ін.
	Визначення змісту експозиції та термінів її проведення	Метод експертних оцінок; метод «Дельфі»; опитування фахівців та ін.
	Прогнозовані показники: кількість і склад учасників;	Методи планування і

	попит на продукцію, що експонується; кількість укладених контрактів	прогнозування; методи моделювання та ін.
Безпосередньо виставкова стадія (монтаж експозиції; урочисте відкриття виставки та офіційний огляд; відкриття виставки для відвідувачів; забезпечення робочої програми виставки; офіційне закриття виставки)	Конкурентоспроможність продукції та послуг	Маркетингові методи (аналіз сильних та слабких сторін, визначення конкурентних переваг; сегментування та ін); метод експертних оцінок
	Рівень організації виставки	Економіко-статистичні методи (групування; кореляційний аналіз); опитування; метод експертних оцінок
Післявиставкова (демонтаж обладнання, аналіз результатів проведення виставки, визначення економічного і соціального ефекту безпосередніх і опосередкованих учасників)	Кількісні дані: кількість учасників (вітчизняних та іноземних); кількість відвідувачів; виставкова площа (нетто і брутто; закрыта і відкрита); кількість укладених контрактів; реально оплачена площа	Статистичні методи (підрахунок за проданими квитками та запрошеннями; вибірковий підрахунок відвідувачів; метод «клітка»; реєстрація; опитування та ін.)
	Якісні дані (визначення структури відвідувачів, цілей відвідування виставки тощо)	Соціологічні методи (вбіркове опитування, анкетування та ін.).

Рис. 2. Методика аналізу результативності виставкових заходів

Отже, аналіз результативності виставкових заходів значною мірою залежить від того, наскільки чітко і послідовно виконується методика збору інформації. Такий аналіз дозволяє робити достовірні висновки про ефективність виставкового заходу в системі «організатори – учасники – відвідувачі виставки».

Аналіз інформації, що зібрана по кожному учаснику виставки допоможе виявити реальну картину ефективності проведених заходів, визначити якісні характеристики відвідувачів та учасників виставки, оцінити рівень роботи організаторів та їх компаньйонів по наданню виставкових послуг та спрогнозувати подальший розвиток даної виставки на перспективу.

Інтереси відвідувачів враховуються у забезпеченні їх цілеспрямованого відвідування спеціальних виставок, запрошенням на стенди учасників,

можливістю участі в конференціях та семінарах виставки, забезпечення вільного спілкування у відповідності до тематики виставкових заходів, що дозволяє виявити рівень відвідування, його фахову спрямованість та оцінити роботу організаторів, що забезпечують спеціалізовану аудиторію. Крім того, інформація необхідна для об'єктивного висвітлення роботи виставки, складання загальної думки про виставку та визначення і впровадження заходів, щодо удосконалення її роботи. Наведені анкети експонента спеціалізованої виставки та відвідувача спеціалізованої виставки розроблені автором та успішно використовується у практиці виставкової діяльності організації «Одеський дім» (дивись додатки 1 та 2).

Комплексна оцінка комунікативної ефективності виставкової діяльності експонента може бути поділена на дві складові. Перша – така, що оцінює ефективність «до участі» у виставці, в залежності від експертної оцінки рівнів значимості чинників для досягнення цілей експонента та з урахуванням специфіки виставки. Друга – така, що оцінює ефективність участі експонента «після участі» у виставці. Критерієм оцінки результативності участі у виставці є повнота вирішення поставлених перед підприємством чи організацією задач, головними з яких є:

- пошук потенційних споживачів продукції, що експонується;
- пошук організацій та підприємств, що зацікавлені у співробітництві з метою заключення договорів;
- пошук потенційних інвесторів для співробітництва: від спільних науково-технічних розробок до випуску продукції;
- дослідження ринку на предмет конкурентоспроможності продукції при наявності аналогів;
- пошук нових ринків збуту продукції та регіональних представників;
- демонстрація досягнень розвитку підприємства, формування та ствердження його іміджу.

Дослідження наукових праць вітчизняних та закордонних авторів не дають відповіді на низку теоретико - методичних та практичних питань даної проблеми, особливо що стосується оцінки економічної ефективності виставкових проектів. У зв'язку з цим ціллю подальшого дослідження є вивчення специфічних характеристик виставкової участі, аналіз методологічних аспектів і принципів підготовки й планування участі у виставковій діяльності та оцінка її економічної ефективності.

Поняття виставкова діяльність більш широке ніж участь у виставці тому, що передбачає вирішення широкого кола питань які пов'язані з плануванням виставкової діяльності і підготовкою до участі у виставці, безпосередньо самої організації участі у виставкових заходах та роботі на стенді, та роботою, що обов'язково повинна проводитися після закінчення виставки – для закріплення після виставкового результату.

Аналіз сучасних тенденцій розвитку виставкового бізнесу показує, що функції виставок суттєво розширені. Крім традиційних: рекламних, інформаційних, комунікативних..., виставки стають місцем атестації якості продукції та послуг, дослідження ринків, формування взаємовідносин між

розробниками, виробниками та споживачами продукції, між покупцями і продавцями та іншими учасниками виставкового процесу.

Виставкова діяльність передбачає включення її як обов'язкового елемента маркетингової діяльності вітчизняних компаній для планування стратегії просування свого продукту на ринку товарів і послуг.

Виставкова діяльність повинна розглядатися як складова маркетингового плану, масштабне дійство з високою швидкістю передачі інформації, як основний засіб для досягнення довгострокових цілей створення іміджу компанії та її продукту.

Крім того, слід підкреслити, що важливе значення має визначення та усвідомленість чинників, що впливають на успіх виставкової участі, і вміння ними управляти. На результат виставки впливають відношення експонента та рівень кваліфікації, ступінь його підготовки до участі у виставці. Серед специфічних характеристик виставкової участі слід виділити такі, як:

- урахування особливості конкретної виставки;
- завчасне планування підготовки до майбутньої участі у виставці;
- рівень готовності персоналу та її керівництва до використання виставкових технологій;
- специфіка продукції фірми;
- цілі та задачі компанії;
- кон'юнктура ринку даної галузі та інші.

Особливо слід зупинитися на рівні готовності персоналу фірми та її керівництва – як найголовнішого з названих характеристик успішної участі у виставці. Оволодіння виставковими технологіями це комплексний, багатогранний процес, тому необхідно, створення групи відповідальних осіб (бажано на постійній основі), що будуть займатися вирішенням задач виставкової діяльності. На першому етапі – це задачі, що пов'язані з аналізом існуючого ринку виставкових послуг; виділенням зацікавленої тематики виставок та термінів їх проведення; встановлення і оцінка значимості виставкових заходів на регіональному та міжнародному рівні; попередній запит, щодо майбутніх учасників виставки, які надіслали свої заяви до організаторів; аналіз і оцінка умов участі : вартість виставкової площі, запропонований пакет заходів та супроводжувальних послуг, можливість особистого виділення учасника як спонсора чи патроната виставки та інші питання підготовчого періоду.

Другий етап виставкової діяльності – передбачає вирішення задач безпосередньої участі у виставці – це вибір місця на виставковому полі; резервування його розміру та обговорення форми стенду; інформація про розташування найближчих сусідів - конкурентів; підготовка стенда, його оформлення та організація роботи під час проведення виставкових заходів; участь у конференціях , презентаціях ведення переговорного процесу з майбутніми партнерами, можливість укладання попередніх домовленостей та договорів та інші питання.

Третій етап – заключний – це післявиставкове закріплення результатів відпрацювання всіх контактів, що відбувались у виставці, робота з анкетами

відвідувачів, інформаційне повідомлення про свою участь у виставці через засоби масової інформації та на сайті компанії в Інтернеті, попередня оцінка успішності участі та інші.

Участь у виставці повинна розглядатися керівництвом компанії як елемент підприємництва, тобто пов'язаного з динамікою підприємницької діяльності компанії і як елемент складової комплексу маркетингу.

Невміння фірми використовувати всі інструменти виставкових технологій та небажання витратити сили та кошти на їх оволодіння знижують ефективність виставки та віддачу від вкладених в неї коштів.

Встановлення критеріїв оцінки ефективності участі у виставці та визначення економічного ефекту виставкової діяльності є назрілою проблемою сьогодення.

Запропоновані підходи до оцінки ефективності виставкової діяльності російськими вченими базуються, у більшості, на експертному встановленню рівня значимості чинників, що визначають „ комунікативну ефективність участі експонента ” у балах та з урахуванням специфіки виставки [101, с.180].

Інші економісти пропонують проводити факторний аналіз – багатомірний статистичний метод на основі обробки анкетних даних відвідувачів виставки та їх оцінки продукції компаній за семибальною шкалою [102, с.23].

Л.Е. Строковський у главі 4.3[183, с.212] пропонує використовувати цілу шкалу показників ефективності виставок, таких як: витрати на одного відвідувача; витрати на один перспективний контакт; різні варіанти повернення інвестицій; зниження собівартості виробництва за рахунок участі у виставці; зміна рентабельності продажу за рахунок додаткового отримання контрактів завдяки участі у виставці та інші. Але головним недоліком для її реалізації є відсутність даних для аналізу.

Білоруський вчений В.А. Лобода розглядає проблему оцінки „результативності виставок, яку можливо проводити по ряду показників, у тому числі пов'язаних з витратами на організацію виставки і отриманими від її проведення результатами ” [121, с.10].

Витрати на проведення і участь у виставці повинні тісно бути пов'язані з її ефективністю і знаходитися у повній залежності від останньої. Оцінку результативності своєї участі у виставці завжди дає експонент.

Важко не погодитися з таким підходом ще й тому, що він найближчий до традиційного усвідомлення поняття економічного ефекту та економічної ефективності.

З аналітичної точки зору витрати на проведення і участь у виставці повинні бути тісно пов'язані з її ефективністю і знаходитися у повній залежності від останньої. Тому, доцільним є виділення економічних показників, що найбільше пов'язані з оцінкою успіху участі експонента у виставці. Для деяких підприємств це може бути, наприклад, приріст чистого доходу від реалізації продукції чи послуг за рахунок додаткового отримання контрактів завдяки участі у виставці (ΔЧД), що за своєю сутністю є економічним ефектом.

Для виміру економічної ефективності виставкового проекту експонента (E_v) необхідно економічний ефект ($\Delta ЧД$) співвіднести до витрат, а саме до загальних витрат фірми на виставкову діяльність, що акумулюються у її логістичних витратах ($ЛВ$).

Аналіз складових логістичних витрат встановив, що їх доля у загальній сумі витрат сприяє зниженню витрат фірми на маркетингову діяльність, тому знаменник може бути скорегований саме на таку їх зміну ($\Delta МВ$).

Загальна формула розрахунку економічної ефективності від участі у виставці, виглядає як:

$$E_v = \frac{\Delta ЧД}{ЛВ - \Delta МВ} \quad (2)$$

Слід відзначити, що така методика визначення економічної ефективності виставкової діяльності експонента має певні недоліки: капіталовкладення у виставку пролонговані у часі, а економічний ефект від участі триває не менше року; крім того, економічна ефективність залежить не тільки від суми вкладень, але й від правильності її розподілу по статтям виставкового бюджету експонента, кваліфікації та підготовленості персоналу, якості виставкових заходів та рівня самої виставки.

Для оцінки другого напрямлення – ефективності виставкової діяльності організаторів виставок – необхідно у методиці урахувати, насамперед, інтереси організаторів та особливості їх функціонування як господарюючих суб'єктів. Маркетингові дослідження по оцінці ефективності виставок підкреслюють необхідність використовувати визначений інструментарій, що дозволяє провести кількісну оцінку якісних параметрів виставкових заходів, а також оцінити зусилля по організації процесу зі сторони виставкових центрів. Це можливо зробити на базі поелементного аналізу різноманітних виставкових заходів та діяльності організаторів по ряду показників за допомогою розрахункових коефіцієнтів та їх аналізу відповідності нормативам чи бажаним величинам. Для цього пропонується система коефіцієнтів, що приведена у таблиці 3. Умовні позначення і розрахунок коефіцієнтів здійснюється за формулами, що наведені нижче.

1. Коефіцієнт стабільності участі:

$$K_{\text{стаб.}} = ЗК_{(\text{звіт})} / ЗК_{(\text{баз})}, \quad (3)$$

де $ЗК_{(\text{звіт})}$ – загальна кількість учасників на даній виставці за аналізуємий період та $ЗК_{(\text{баз})}$ – за базовий (попередній) періоди. Його значення при умові зростання кількості учасників повинно бути більше 1.

Коефіцієнти оцінки якісного рівня організації виставок

	Назва оцінюючого коефіцієнта	Формула розрахунку	Нормативне значення
	Коефіцієнт стабільності участі	$K_{\text{стаб.}} = 3K_{(\text{звіт})} / 3K_{(\text{баз})}$	> 1
	Коефіцієнт активної участі	$K_{\text{акт.}} = ОУ / 3К$	< 0,9
	Коефіцієнт пасивної участі	$K_{\text{пас.}} = 3У / 3К$	< 0,1
	Коефіцієнт міжнародної виставки	$K_{\text{міжнар.}} = У_{\text{заруб.}} / 3К$	> 0,15
	Коефіцієнт регіональної активності	$K_{\text{рег.}} = РУ / 3К$	-
	Коефіцієнт позарегіональної активності	$K_{\text{позарег.акт.}} = У_{\text{снг}} / 3К$	-
	Коефіцієнт зовнішньої активності	$K_{\text{зовн.акт.}} = (У_{\text{снг}} + У_{\text{заруб.}}) / РУ$	-
	Показник результативності участі	$К = \text{Дог.} / 3К$	max

2. Коефіцієнт активної участі:

$$K_{\text{акт.}} = ОУ / 3К, \text{ де} \quad (4)$$

ОУ – кількість очної участі експонентів;

3К – загальна кількість учасників;

(його значення повинно бути не нижче 0,9).

3. Коефіцієнт пасивної участі:

$$K_{\text{пас.}} = 3У / 3К, \quad (5)$$

(показує долю пасивної участі (3У) у загальній кількості учасників).

$$K_{\text{пас.}} = 1 - K_{\text{акт.}} \quad (6)$$

4. Норматив міжнародної виставки:

$$K_{\text{міжнар.}} = У_{\text{заруб.}} / 3К, \text{ де} \quad (7)$$

$У_{\text{заруб.}}$ – кількість зарубіжних учасників.

(характеризує міжнародний статус виставки, який повинен перевищувати 15% закордонних учасників від загальної кількості).

5. Коефіцієнт регіональної активності:

$$K_{\text{рег.}} = РУ / 3К, \quad (8)$$

(характеризує долю регіональних учасників у їх загальній кількості, що характеризує загальноекономічний стан регіону в області, де проводиться виставка).

6. Коефіцієнт позарегіональної активності – характеризує долю учасників країн СНГ до загальної кількості:

$$K_{\text{позарег.акт.}} = У_{\text{снг}} / 3К \quad (9)$$

7. Показник зовнішньої активності:

$$K_{\text{зовн.акт.}} = (Y_{\text{снг}} + Y_{\text{заруб.}}) / PY, \quad (10)$$

(характеризує співвідношення зовнішніх учасників до регіональних експонентів).

8. Показник результативності виставкових заходів:

$$K = \text{Дог} / \text{ЗК}, \quad (11)$$

(показує співвідношення кількості укладених договорів на виставці (Дог) до загальної кількості експонентів).

Проведені аналітичні розрахунки на прикладі даних міжнародного архітектурно-будівельного форуму, який щорічно відбувається в Одесі, показали, що загальна кількість учасників форуму поступово зростає. Так, їх кількість у 2010 році складала 146, а у 2011 році вже 154. У розрахунки взяті тільки підприємства, фірми та організації, що відповідають тематиці даної виставки (без інформаційних партнерів, спеціалізованих видань та преси). Результати аналізу наведені у таблиці 4.

За даними аналізу встановлено, що коефіцієнт стабільності участі зростає і становить 1,06 у 2011 році у порівнянні з базою – 2010, тобто загальна кількість учасників хоча і не набагато, але зросла на 8 одиниць.

Таблиця 4

Аналіз коефіцієнтів оцінки якісного рівня організації архітектурно-будівельного форуму

	Показники	Рік проведення		Відхилення 2011 року від 2010
		2010	2011	
	Коефіцієнт стабільності участі	-	1,06	+0,06
	Коефіцієнт активної участі	0,945	0,961	+0,01 6
	Коефіцієнт пасивної участі	0,055	0,039	-0,016
	Коефіцієнт міжнародної виставки	0,096	0,058	-0,038
	Коефіцієнт регіональної активності	0,582	0,571	-0,011
	Коефіцієнт позарегіональної активності	0,253	0,266	+0,01 3
	Коефіцієнт зовнішньої активності	0,607	0,568	-0,039
	Коефіцієнт результативності	0,514	0,532	+0,01 8

Коефіцієнт активної участі експонентів також має тенденцію до зростання з 0,945 до 0,961 тобто на 0,016, це свідчить про зменшення кількості участі заочної форми та збільшення «очних» учасників виставки, що безпосередньо беруть участь у виставкових заходах та присутні на стендах виставки. Відповідно коефіцієнт заочної форми зменшився на -0,016. Крім того, продовжується тенденція останніх п'яти років, щодо зменшення кількості іноземних учасників, так коефіцієнт міжнародної виставки у 2011 ще впав на

0,038 и складає тільки 0,058 – тобто не відповідає нормативу, який повинен бути більше 0,15. Це пов'язано з погіршенням інвестиційного клімату, з зростанням недовіри іноземних учасників до економічних, митних, фінансових, податкових та інших умов ведення бізнесу та невідповідності їх міжнародним стандартам.

Коефіцієнт регіональної активності також має тенденцію до зниження на 0,011 у 2011 році у порівнянні з 2010 відповідно з 0,582 до 0,571, що свідчить про відносне скорочення учасників регіонального значення.

Коефіцієнт позарегіональної активності, що характеризує долю учасників країн СНД чи їх представників у регіоні – має деяку тенденцію до росту на +0,013 з 0,253 до 0,266. Загальний коефіцієнт зовнішньої активності характеризує співвідношення зовнішніх учасників (країн СНД та зарубіжних країн) до регіональних учасників зменшився на 0,039 з 0,607 у 2010 році до 0,568 у 2011 завдяки зменшенню кількості закордонних учасників.

Коефіцієнт результативності роботи виставки носить характер попередньої оцінки і відбиває співвідношення кількості вже укладених договорів на виставці та кількості намірів до їх укладання. Для даної виставки він досить високий та має тенденцію до зростання з 0,514 до 0,532, тобто на +0,018. Більш уточнююча інформація про результативність участі у виставці проявляється, як правило, на протязі півроку після її закінчення та знаходиться у конфіденціальній сфері даних експонента.

Аналіз якісної оцінки виставкових заходів буде сприяти підвищенню ефективності організації виставок, їх розвитку та удосконаленню у перспективі.

Однак, в цілому оцінка ефективності виставки для її організаторів у кінцевому рахунку передбачає зіставлення отриманого прибутку з понесеними витратами, а саме, логістичними витратами виставкового бізнесу. Структура та обсяг таких витрат залежить від рівня виставкової організації, її досвіду роботи, сформованих умов оренди виставкових площ, наявності виставкового обладнання та його використання, витрат на рекламу і поліграфію, на оплату праці та соціальні заходи робітникам фірми, на відрядження та інші статті витрат, що забезпечують її діяльність, а також від економічного та фінансового стану експонентів та загальнодержавної позиції щодо розвитку і підтримки виставкової діяльності в країні.

Виставкова діяльність, як і будь-яка комерційна діяльність, передбачає наявність ризику. Маркетингові дослідження мають велике значення щодо визначення доцільності участі компанії у виставковому заході. Саме на цьому етапі «закладається» основа для прогнозування ефективності всього проекту, а звідси виникає найбільш високий рівень ризику виставкового проекту. Такі ризики відносять до ризиків першої групи пріоритетів.

До ризиків другої групи пріоритетів відносять ризики, що виникають на етапі виставкових робіт коли недостатньо уваги аудиторії, що є наслідком неефективної маркетингової політики компанії та помилок підготовчого періоду. Існує великий ризик, що експонент не може привернути увагу відвідувачів, зацікавити їх направленнями діяльності, примусити виявити

зацікавленість до більш детального знайомства з запропонованим продуктом. Як показує практика, більшість експонентів не вважають необхідним займатися запрошенням на свій стенд необхідних саме їм клієнтів, думаючи, що це обов'язки організаторів виставки. Крім того, існують ризики, що пов'язані з використанням робіт по реалізації проекту, тому що з відкриттям виставки експонент втрачає можливість виправлення недоліків, що приводить у кінцевому рахунку до зниження рентабельності проекту.

До ризиків третього пріоритету відносять ризики кінцевої групи, що пов'язані з притягненням та обслуговуванням відвідувачів безпосередньо під час проходження виставки.

Таким чином, визначаємо три групи пріоритетів з обґрунтуванням загального складу ризиків у кожній групі, що характеризують їх негативний вплив на результат (табл. 5).

Згідно з існуючими методиками можливо встановити питому вагу кожної групи в залежності від рівня пріоритетності (починаючи з групи ризиків з найменшим пріоритетом) за формулою:

$$W_k = \frac{2}{n(g+1)}, \quad (12)$$

де W_k – вага простих ризиків групи найменшого пріоритету;

n – кількість груп ризиків;

g – величина, що визначає відношення вагового коефіцієнта першого пріоритету до останнього.

Таблиця 5

Загальний перелік складу груп ризиків

	Ризики	Група пріоритету, V
	Ризик не збігання теми виставки і цілей експонента	V ₁ (3,0)
	Недостатня відомість та «доступність» місця проведення виставки	
	Ризик недоотриманої уваги цвільової аудиторії в наслідок присутності на виставці фірм-лідерів	
	Ризик неповного аналізу кількісного та якісного складу відвідувачів	V ₁ (3,0)
	Недостатня інформація про умови участі у виставці	
	Невдалий час проведення виставки	
	Ризик переносу строків виставки	V ₂ (2,0)
	Ризик недостатнього вивчення та виявлення цільової групи відвідувачів	
	Ризик неправильного встановлення цілей рекламної компанії	
0	Ризик неправильного вибору рекламного каналу телебачення	
1	Ризик недостатньої/надлишкової реклами	
2	Ризик відхилення фактичної вартості виконаних робіт від планової	V ₂ (2,0)
	Ризик неправильного описання етапів виставкових робіт, вимог до	

3	них та їх взаємозв'язку	
4	Ризик неправильної оцінки привабливості робіт (деталізація етапів)	V ₂
5	Ризик невитримання строків етапів робіт (тривалість етапів)	
6	Ризик неправильного визначення вартості кожного етапу проекту (бюджет етапу)	
7	Ризик недоотримання строків виконання контрагентом поточних договірних зобов'язань	
8	Ризик виплати надбавок за негайність виконання робіт	
9	Недостатня кваліфікація персоналу	V ₃ (1,0)
0	Не визначені цілі та стандарти виконання робіт	
1	Ризик невірної визначення чисельності персоналу	
2	Відсутність виставкового досвіду стендистів	
3	Неготовність персоналу до виконання поставлених задач	
4	Ризик неефективного розміщення стенда та експонатів	
5	Ризик невірної визначення розмірів виставкового стенду	
6	Ризик невірної вибору типу стенда	
7	Ризик неправильного оформлення освітлення стенду	

Питома вага решти груп визначається за формулою:

$$W_j = W_k \circ \frac{(n-j) \circ g + (j-1)}{n-1}, \quad (13)$$

де W_j – вага простих ризиків за групами пріоритетів;
 j – номер групи ризиків.

Необхідно відзначити, що вага кожної групи ризику встановлюється у межах від 0 до 1 при виконанні умови, що

$$\sum_{j=1}^n W_j = 1 \quad (14)$$

У таблиці 6 наведені розрахунки питомої ваги груп ризиків виставкового проекту, згідно їх пріоритетності:

Таблиця 6

Питома вага груп ризиків виставкового проекту

Група пріоритету, V_j	Питома вага ризиків, W_j
V_1	0,5

V_2	0,333
V_3	0,167

Оцінка ймовірності настання окремих ризиків та визначення їх значимості та вартості дозволить виділити найбільш ймовірні по виникненню та вагомі по величині втрати ризиків, які будуть об'єктом подальшого аналізу для прийняття рішення про доцільність реалізації виставкового проекту.

АНКЕТА ЕКСПОНЕНТА СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ВИСТАВКИ

Прізвище експонента _____ Назва підприємства _____

1. Рівень повноважень:

керівник (власник) підприємства керівник середньої ланки менеджер / фахівець службовець інше _____

2. Яка мета Вашої участі у виставці:

поширення, підтримка чи налагодження ділових контактів;	підвищення ступеню відомості компаній
укладання договорів	налагодження контактів
оформлення замовлень	визначення і оцінка поглядів та пропозицій покупців
пошук нових ринків	презентація нових товарів
знайомство з конкурентами	поширення ринків збуту, пошук регіональних представників
знайомство з ситуацією у галузі, оцінка тенденцій, огляд ринку;	інше (вказіть) _____

3. Оцінка якісного складу відвідувачів виставки:

оптимальний, достатня кількість представників цільової аудиторії	взагалі відповідає тематиці виставки, хоча мало цікавого для нашої фірми
не відповідає тематиці виставки	інше (вказіть) _____

4. Як ви оцінюєте послуги, що надані організаторами даної виставки за 5-бальною шкалою, де 5 – відмінно; 4 – добре; 3 – задовільно; 2 – погано (відповідати по кожному пункту своєю оцінкою)

Послуги організаторів	Бали	Послуги організаторів	Бали
1) Інформація, надана організаторами на етапі підготовки до виставки			
2) Рекламна компанія виставки (з вказанням назви)		- реклама на ТБ - зовнішня реклама - реклама у Інтернеті	
- реклама у спеціалізованій пресі - реклама на радіо			
3) Сприяння у період заїзду на виставку		5) Робота служби інформації	
4) Допомога у оформленні стенду та забезпечення додаткового обладнання		6) Достатність інформаційно-вказівних знаків	
Послуги сторонніх організацій		Послуги сторонніх організацій	
1) Готельного сервісу		3) Служба електропостачання	
2) Прибирання приміщень		4) Охорона	
		5) Робота бару, ресторану	

5. Які спеціалізовані видання Ви використовуєте у Вашій професійній діяльності? (вказіть)**6. Чи плануєте Ви участь у наступних будівельних виставках року?**

Так Ні Не визначився

7. Яке Ваше загальне враження про дану виставку?

Позитивне Негативне Задовільне Важко відповісти

8. Ваші пропозиції організаторам виставки: _____

АНКЕТА ВІДВІДУВАЧА СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ВИСТАВКИ

1. Вік відвідувача: до 20 від 41-50 від 21-30 більше 51 від 31-40

2. Ваш статус:

власник підприємства
керівник підприємства
керівник середньої ланки, менеджер, фахівець
прораб, будівельник

службовець
архітектор, дизайнер
інше (вказіть) _____

3. Яка мета Вашого відвідування виставки?

поширення ділових контактів
укладання домовленостей

пошук визначених видів продукції
ознайомлення з новими технологіями, новими товарами та їх використанням
ознайомлення з цінами

відвідування семінарів, конференцій
ознайомлення з ситуацією на ринку, у галузі, оцінка тенденцій змін
оцінка можливостей участі в якості експонента
інше (вказіть) _____

4. Яка тематика Вас цікавить?

проекування і будівництво
нерухомість та інвестиції
будівельні технології і техніка
фасадні та кровельні технології
кераміка, сантехніка
гідротехнічні споруди
будівельні та обробні матеріали

водо і газопостачання, опалювання
кондиціонування та вентиляція
підйомне обладнання, ліфти
металовиробництво, ковка
освітлювальні системи, електрофарнітка
інше _____

5. З яких джерел Ви дізнались про форум? (вказіть)**6. Яка Ваша думка про форум?**

позитивна незадовільна задовільна важко відповісти

7. З якими труднощами Ви зустрілися при відвідуванні виставки?**8. Що можливо щось змінити на краще у роботі виставки?****9. Залиште Ваші реквізити для відправки Вам запрошення на наступну виставку**

ЛІТЕРАТУРА:

1. Антикризисное управление: Учеб. / Под ред.. Э.М. Короткова. – М.: Инфра-М, 2000. – 369с.
2. Абрютин М.С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: Учебное пособие - М.: Изд-во «Дело и сервис». 2010.- 464с.
3. Артемова Л.В. Инвестиции и инновации. Словарь-справочник от А до Я М.: Дело и сервис, 1998.
4. Афанасьев Є.В., Рябікіна Н.І. Системний аналіз і оцінка ресурсно-виробничого потенціалу промислового підприємства// Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск 81.-Дн.: ДНУ, 2001.- с.26-30.
5. Аунапу Ф.Ф. Диагностика производственных систем - Иркутск: ИЦНТИ, 1972. - 390 с.
6. Алан Харрісон, Ван Хоук Ремко. Управління логістикою: Розробка стратегій операцій / Пер. з англ.; за наук. ред.. О.Є. Міхейцева. – Дніпропетровськ: Баланс бізнес Букс, 2007. – 368с.
7. Андреева Л.Ю. Стратегия развития российского страхового рынка в условиях глобализации. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://www.studsupport.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=147&Itemid=83&limitstart=1
8. Ареф'єва О.В., Харчук Т.В. економічні засади формування потенціалу підприємства// Актуальні проблеми економіки [Текст]. – 2008 - №7(85). – С. 71-76.
9. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента: в 2-х томах: Т.2 / И.А.Бланк. – К.: Эльга, 2001. – 512с.
10. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. – Киев, МП «ИТЕМ»ЛТД, 1995 – 448с.
11. Білик М.Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємств // Фінанси України.-2005.-№3.-с.117-128
12. Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: Полный курс: Т.2 / Пер. с англ. под ред. В.В.Ковалева. - СПб: Экономическая школа, 2000.- 669с.
13. Бутинець Ф.Ф. Економічний аналіз: Навч. посіб. / За ред.. проф.. Ф.Ф.Бутинця.-Житомир:ПП «Рута»,2003.-680с.
14. Баканов М. И. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Ученик. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: Финансы и экономика. 2001. -416с.
15. Бланарь О.П. Інноваційний потенціал як результат стратегічного управління підприємством// Вісник соціально-економічних досліджень. Випуск 30.- Од.: ОДЕУ, 2008.- с.48-52.
16. Борисов А.Б. Большой экономический словарь.-М: Книжный мир,2003

17. Бланк И.А. Финансовый менеджмент – К. : Ника-Центр, Эльга , 2001. – 528 с.
18. Бауерсокс Дж. Дональд, Клосс Дж. Давид Логистика. Информационные технологии в бизнесе – С.П., Питер, 2002. - 1117с.
19. Балченко З.А. Бухгалтерський облік в туризмі і готелях України: Навчальний посібник Київського університету туризму, економіки і права (КУТЕП). – К.: КУТЕП, 2006. – 232 с.
20. Бланк И.А. Управление прибылью. – К.: Ника-центр, 1998. – 544 с.
21. Бачевський Б.Є., Заблодська І.В., Решетняк О.О. Потенціал розвитку підприємства [Текст]: Навч.Посіб. – К: центр учбової літератури, 2009.- 400 с
22. Бикова В.Г. оцінка та планування фінансово – економічного потенціалу підприємства загальнодержавного значення: дис... канд.. екон. наук: 08.04.01 / В.Г. Бикова. – К., 2006. – 220 с
23. Большаков С.І. Оцінка цілісних майнових комплексів : навч. посіб. – Ч. 5 / Сергій Іванович Большаков. – Одеса, 2011. – 73 с.
24. Вергун А.І. Фінансовий аналіз привабливості реальних інвестиційних проєктів, автореферат на здобуття наукового ступеня к.е.н., Київ, 2010, 20с.
25. Воловик І.А. Моніторинг показників-індикаторів оцінки фінансового стану сільськогосподарських підприємств // Економіка: проблеми теорії та практики.-2004.-вип.187.-Т.1.-с.69-76.
26. Волкова Н.А. Аналітична оцінка кризових факторів фінансового розвитку агропромислових підприємств // Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ – 2005. № 19 – с.45-49
27. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса. Управление стоимости предприятия: Учеб. пособие для вузов.- М.: ЮНИТИ, 2001.- 720с
28. Верба В.А., Новіков І.В. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства// Проблеми науки-2003-№3.-с.23.
29. Внукова Н.М. Формування системи кількісних показників оцінки фінансового стану підприємств-емітентів / Н.М.Внукова, Н.І.Зінченко // Фінанси України. – 2006. - № 12. – С. 112-120.
30. Веретнов В. Страховий ринок в умовах світової та національної фінансової кризи
[Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://www.klubok.net/UserInfo-vveretnov.html/>
31. Виханский О.С. Стратегическое управление: [учебник] / Олег Самуилович Ви-ханский. – [2-е изд]. – М.: Экономистъ, 2004. – 296 с.
32. Вулфел Ч. Энциклопедия банковского дела и финансов / Ч. Вулфел. – М. : Изд-во “Фёдоров”, 2000. – 427 с.
33. Гуторов О.І., Крамаренко К.М. Оцінка інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств / О.І. Гуторов, К.М. Крамаренко // Економіка АПК, 2009, №10 с.69-73.
34. Грачев А.В. Моделирование финансовой устойчивости предприятия // Финансовый менеджмент – 2003.—№5—С. 25-29.

- 35.Гринів Б.В.Економічний аналіз торговельної діяльності. Навч. посіб. 2-х вид. перераб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012р.- 392с.
- 36.Горбунова Л.І. Деякі методологічні аспекти оцінки економічного потенціалу підприємства// Вісник соціально-економічних досліджень, Одеса: ОДЕУ-2005.-№21.-с.71-74.
- 37.Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы: Учеб. пособие.-СПб: Спец. література,1999.
- 38.Градов А.П. Технический уровень производства машиностроительных предприятий:
Экономический анализ-Л.: Машиностроение, 1984.-173с.
- 39.Гриньов А.В. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства // Проблеми науки.-2003.- №12.- с.12-15.
- 40.Герасименко С.С., Чуприна О.А. Переваги використання різних форм бюджетування в управлінні корпорацією // Актуальні проблеми економіки, 2010. - №10 (112). – С.49-57
- 41.Герасимчук Г.В. Развитие підприємництва: діагностика, стратегія, ефективність. – К.: Вища школа, 1995. – 289 с.
- 42.Гусев С.Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом: Учеб. пособ.- М.: Дашков и Ко, 2005 - 514с.
- 43.Гайдаєнко О.М. Аналіз витрат в системі стратегічного управління//Вісник соціально-економічних досліджень.Вип.39//ОДЕУ – Одеса,2009 – 402с.
- 44.Гайдаєнко О.М Аналіз структури витрат в межах технічно можливих комбінацій ресурсів// Економіка:проблеми теорії та практики.Збірник наукових праць,№249, т.ІІІ.- Дніпропетровськ,2009 – 817с.
- 45.Гайдаєнко О.М. Концептуальные основы стратегического анализа затрат// Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції , Університет національного і світового господарства, Болгарія, Софія, 21 квітня 2010,- Університетське видання «Стопанство», Софія, 2010 – 430 с.
- 46.Гайдаєнко О.М. Стратегічне управління витратами на прикладі підприємств виноградарської галузі Одеського регіону//Вісник соціально-економічних досліджень.Вип.46//ОНЕУ – Одеса,2012 – 482с.
- 47.Гайдаєнко О.М Обґрунтування виробничого плану підприємства на основі оптимізаційних розрахунків// Економіка:проблеми теорії та практики.Збірник наукових праць,№264, у 9 томах,т.VІ.- Дніпропетровськ,2010 – 2368с.
- 48.Головко Т.В., Сагова С.В. Стратегічний аналіз: Навч.- метод. посібник для самост. вивч. дисц. /За ред. д.е.н., проф. Кужельного М.В. – К.: КНЕУ, 2002.-198с.
- 49.Горелкіна А.Л. Оптимізація системи управління витратами// Державне управління. – 2006, № 2. – С. 251-255.
- 50.Грещак М.Г., Коцюба О.С. Управління витратами: Навч. – метод. посіб. для самост. вивч. дисц. – К.:КНЕУ, 2002. – 131 с.

51. Гаманкова О.О. Інформаційні вади дослідження ступеня монополізації ринку страхових послуг України// Актуальні проблеми економіки №10(100), 2009.
52. Гудыма Н. «Год для рынка был непростым, но результативным» Дата: 23.04.2012. Розділ: Огляд преси, Тенденції розвитку страхування: <http://uainsur.com/massmedia/30923/>
53. Головка Л.С. Сукупний економічний потенціал корпорації : формування та розвиток: монографія/ Л.С. Головка. – Запоріжжя: КПУ, 2009. – 340 с.
54. Григораш О.В. «Управління потенціалом підприємства» [Текст]// Матеріали ІІ міжнародної науково – прикладної конференції 27 мая. Прага. «Научный прогресс на рубеже тысячелетий – 2010» - С.29 – 32.
55. Гунина И.А. Характеристика принципов формирования и основных элементов механизма функционирования и развития экономического потенциала предприятия в современных условиях // И.А. Гунина // Техника машиностроения. – 2006. – №8 (67). – С.23-29.
56. Господарський кодекс України – Офіц. текст із змін. станом на 1 січ. 2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=2&nreg=436-15>.
57. Гохан Патрик А. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний / Патрик А. Гохан; [пер. с англ. А. Шматова]. – [2-е изд.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 741 с.
58. Гриценко М.П. Сільськогосподарська кооперація: проблеми, шляхи роз'язання / М.П. Гриценко, М. Й. Малік, В.А. Пулім // Економіка АПК. – 2007. – № 1. – С. 51–58.
59. Державний комітет статистики України. Статистичний щорічник України за 2011 рік. - 631 с.
60. Державний комітет статистики України Одеське обласне управління статистики. Статистичний щорічник Одеської області 2011 рік. – 556с.
61. Дані фінансової звітності сільськогосподарського підприємства Одеської області.
62. Давиденко Н.М. Аналіз грошових потоків у підприємствах цукробурякового під комплексу АПК // Економіка АПК.-2004.-№4.-с.61.
63. Дем'яненко І.В. Фінансова стійкість підприємств та її бюджетно-податкове регулювання//Фінанси України.-2001.-№5.-С.127-129.
64. Данилочкіна Н.Г. Контроллінг как инструмент управления предприятием - М. : ЮНИТИ, 1999. - 278 с.
65. Дуглас К. Магбет. Управление цепочками поставок. Информационные технологии в бизнесе. - Питер. 2002. - 1117с.
66. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.

67. Данілюк О.М. Лещій В.Р. Теорія і практика процесно-орієнтованого управління витратами і наукове вираження. – Івано-Франківськ: Місто Н.В., 2002. – 248 с.
68. Друри К. Управленческий и производственный учет: Учебник/ Пер. с англ.- М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2003. – 1071 с.
69. Давискіба К.В. Економічний потенціал регіону та його ефективне використання в умовах ринкової трансформації. Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.01/ К.В. Давискіба. – Х., 2005. – 20 с.
70. Доронін Д.А. Франчайзинг по-українськи / Д.А. Доронін // Юридична газета. – 2004. – № 9 (21). – 14 трав. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.yur-gazeta.com/issue/21>.
71. Економічний енциклопедичний словник: У 2т. т.1// За ред. С.В. Мочерного. – Львів: Світ, 2005. – 616с.
72. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник.- 3-тє вид. випр. та доп..-К.: Знання, 2000.
73. Закон України від 01.06.2010 №2289-VI «Про здійснення державних закупівель»
74. Залетов А. Страховой рынок Украины в 2010 году: оценка реального страхования// журнал Insurance TOP №1(33)2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tristar.com.ua/1/tems/obzor_rynka_strahovaniia.html
75. Звіт про роботу державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України за 2008-2010р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // www.dfp.gov.ua.
76. Закон України “Про концесії” – Офіц. текст із змін. станом на 8 вер. 2005 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
77. Закон України “Про кооперацію” – Офіц. текст із змін. станом на 11 лист. 2004р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
78. Закон України “Про сільськогосподарську кооперацію” – Офіц. текст із змін. станом на 29 черв. 2004 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?user=172709>.
79. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: Навчальний посібник.- Суми: “Університетська книга”, 2003.-278с.
80. Івахнеков С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту – К.: Знання – Прес, 2003. – 349с.
81. Котляр М.Л. Оцінка фінансової стійкості підприємства на базі аналітичних коефіцієнтів // Фінанси України.-2005.-№1.-с.113-117
82. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - М.: ПБОЮЛ Гриженко Е.М., 2000.- 424с
83. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. / В.В.Ковалев – М.: ТК

- Велби, изд-во Проспект, 2007. – 1024с.
- 84.Коваленко Л.О. Фінансовий менеджмент: [навч.посіб.] / Л.О.Коваленко, Л.М.Ремньова., К.: Знання,2005-630с.
 - 85.Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник.- М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2004.- 424с.
 - 86.Корольова – Казанська О. Методичний інструментарій оцінки кредитоспро- можності підприємства//Економічний аналіз. – 2009.- Випуск 4. – С.240 – 244.
 - 87.Костенко Т.Д., Підгора Є.О., Рижиков В.С., Панков В.А. та ін. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: Навчальний посібник.- Київ: Центр навчальної літератури, 2005.- 400с.
 - 88.Ковбасюк М.Р. Економічний аналіз діяльності комерційних банків і підприємств./ Навчальний посібник.- К: Видавничий дім. Скарби.,2001. – 336с.
 - 89.Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле.: Учебник /Л.И. Кравченко. – 7-е изд., перераб. – М.: Новое знание, 2005, - 512с.
 - 90.Капітан І.Б. Формування структури інноваційного потенціалу підприємств й управління його розвитком// Актуальні проблеми економіки.-2006.- №12 (66).- с.130-137.
 - 91.Котлер Ф. Маркетинг,менеджмент.-Спб.: Питер Кому, 1998.
 - 92.Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навчальний посібник.- Київ: Центр навчальної літератури, 2005.- 352с.
 - 93.Карпова Н. Управление финансовыми результатами в организациях оптовой торговли с помощью бюджетирования // Проблемы теории и практики управления, 2010. - № 12. - С.70-77.
 - 94.Коротков Е.М. Концепция менеджмента. – М.: Дека, 1997. – 304 с.
 - 95.Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы : учебн. пособ. : пер. с франц. / под ред. проф. Я.В. Соколова. - М. : Финансы, ЮНИТИ, 1997. - 576 с.
 - 96.Костирко Р.О. Фінансовий аналіз: [навчальний посібник] / Р.О. Костирко. – Х.: Фактор, 2007. – 784 с.
 - 97.Кривов'язюк І.В. Економічна діагностика підприємства: теорія, методологія та практика застосування : [монографія] / Кривов'язюк І.В. – Луцьк : Надстир'я, 2007. – 260 с.
 - 98.Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Нормативно-критеріальне забезпечення діагностики фінансового стану підприємства. // Фінанси України, № 8, 2010 р. – С. 105-114.
 - 99.Кунцевич В.О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства / В.О.Кунцевич // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №1(43). – С. 68-74.
 - 100.Купчак П.М. Харчова промисловість України в умовах активізації інтеграційних та глобалізаційних процесів: монографія / за ред. доктора

- економічних наук, професора Л. В. Дейнеко. – К. : Рада по вивч. прод. сил України НАН України, 2009. – 152 с.
101. Куркина Н.С. Оценка эффекта ярмарочно – выставочной деятельности// Межвузовский сборник научных трудов: Экономика России: основные направления совершенствования - 2008. - №6 – с.170 - 187.
102. Кузнер С.К. Оценка эффективности выставок – миф или реальность // ж-л « ExproReport» / М., 2008 с.17 - 26.
103. Курочкин А.С. Организация управления предприятием: Учебник. – К.: МАУП, 1996. – 132 с..
104. Карпова Т.П. Управленческий учет: Учебник для вузов. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998. – 350 с.
105. Казанский Д. Системы ERP: основные задачи и область применения //[Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.topsnisk.ru/publishing/ub_oll.html
106. Козырев А.А. Информационные технологии в экономике и управлении. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 360 с.
107. Т.С.Клебанова, Л.С.Гурьямова, Н.Богониколос., О.Ю.Кононов, А.Я.Берсуцкий. Монография.-Х.:ИН „ИНЖЕК”, 2006.-312с.
108. Крижановська О.П. Особливості стратегічного аналізу собівартості продукції//Вісник ОДЕУ, №22, с.199-205.
109. Кульба В.В. Ковалевский С.С., Щелков А.Б., Достоверность и сохранность информации в АСУ. М., Синтег, 2003. – 500 с.
110. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст]: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
111. Килимник І.І. Особливості правового регулювання договору комерційної концесії (франчайзингу): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юр. наук : спец. 12.00.03 “Цивільне право і цивільний кодекс; сімейне право; міжнародне приватне право” / І.І. Килимник – Х., 2003. – 25 с.
112. Коттл С. Анализ рынка ценных бумаг Греема и Додда / С. Коттл С., Р. Мюррей, Ф. Блок. – М. : Олимп-Бизнес, 2000. – 582 с.
113. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Колер, Д. Мурин. – М. : Олимп- Бизнес, 1999. – 546 с.
114. Кулік А.А. Розвиток інтеграції в м'ясопродуктовому підкомплексі / А.А. Кулік // Економіка АПК. – 2005. – № 7. – С. 51–55.
115. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз сільськогосподарських підприємств: Навч. Посіб.-К.;КНЕУ,2005.-365с.
116. Лобанова Е.Н., Лимитовский М.А. Управление финансами.- М.: Инфра М, 2000.— 280с.
117. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: Монография.-С.: ЧТД Университетская книга, 2002.-310с.

118. Ляліна Н.С. Теоретико - методичні підходи до визначення прибутковості // Економіка та підприємництво. – 2010, №3. – С. 96-100.
119. Лайко О.І. Посткризове регулювання фінансового стану підприємств харчової промисловості України / О.І. Лайко, В.М. Лисюк, І.В. Резнік // Економіка харчової промисловості . – 2010 . – N1 . – С.5-11.
120. Лысенко Н.А. Документирование управленческой деятельности предприятия: Делопроизводство и корреспонденция: Учеб. пособ. для вузов. / Лысенко Н.А., Цветкова С.Н., Сербиновский Б.Ю. - М.: Мягкая обложка, 2002. – 272 с.
121. Лобода В.А. Пути повышения результативности выставочной деятельности научных и научно – производственных организаций республики Беларусь // Информационно – аналитический журнал «Новости науки и технологий». – Минск ГУ «БелНСА» . – 2007. - №1-ст.5 - 13.
122. Лайков А.Ю. Необходимость модернизации отечественного страхового рынка// Журнал REMARK. 2011. № 3(19). С. 25.
<http://www.rifams.ru/index.html>
123. Лагун М.І. Економічний потенціал як основа розвитку бізнесу / М.І.Лагун//Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. - №5. – с.77-82.
124. Лапін М.І. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління: дис.... д-ра екон.наук:08.07.01/Євген Васильович Лапін. – Х.,2006.-432 с.
125. Методичні рекомендації по аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій: Лист Державної податкової адміністрації України від 27.01.1998 № 759/10/20-2117//zakon1.rada.gov.ua.
126. Мних Є.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Підручник- К.:Київ.нац. торг.-екон.ун-т,2008.-514с.
127. Мартиросова Л.Р. Метододогические и практические аспекты бюджетирования, как формы внутрифирменного планирования // Вісник СевДТУ, 2008. - Вип. 92. – С.139-142.
128. Мельник О.Г. Методичні положення з експрес-діагностики загрози банкрутства підприємства // Фінанси України, № 6, 2010 – С.108-116
129. Мельник О.Г. Суперечності нормативно-правової бази у сфері економічної діагностики діяльності підприємств // Актуальні проблеми економіки № 9, 2010 – С.147-158.
130. Модин А.А. Предпроектный анализ систем управления при создании АСУ. / Модин А.А., Ефимов В.Н., Коротяев М.Ф., Зингер И.С. – М.: Статистика, 1976. – 72 с.
131. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. Эффективный менеджмент: учебное пособие для вузов /Под общ. ред. И.И. Мазура. – М.: Высшая школа, 2003. – 555 с.
132. Маркіна І.А. Методологічні питання ефективності управління //Фінанси України. – 2000. – № 6. – С. 24. (82)

133. Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 480 с.
134. Мазур Л. Как выбрать систему управления для промышленного предприятия // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.icl.kazan.ru>
135. Материалы отчета Software Productivity Research // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stsc.hill.af.mil/crosstalk/1998/07/tools.pdf>
136. Месель-Веселяк В.Я. Дохідність і розширене відтворення в агропромисловому виробництві./Матеріали Десятих річних зборів Всеукраїнського конгр.вчен.економістів-аграрників,Київ,10-11 квіт.2008р./ Редкол.: П.Т.Саблук та ін. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2008. – 618с.
137. Методичні рекомендації з формування собівартості продукції, робіт, послуг в промисловості, затверджені наказом Державного комітету промислової політики України від 09.07.2007р. №373 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: pro-u4et.info
138. Наукова та інноваційна діяльність в Україні Стат. зб./ К ДП «ІВЦ Держкомстату України», 2006.- 368 с.
139. Николаев И.Г. Методические подходы к разработке и реализации стратегий развития в розничной торговле // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006, №3(53). – С. 100 -106.
140. Національний стандарт № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав», затверджено Постановою КМУ від 10.09.2003 № 1440.
141. Національний стандарт № 2 «Оцінка нерухомого майна», затверджено Постановою КМУ від 28.10.2004 № 1442.
142. Національний стандарт № 3 «Оцінка цілісних майнових комплексів», затверджено Постановою КМУ від 29.11.2006 № 1655.
143. Національний стандарт № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності», затверджено Постановою КМУ від 03.10.2007 № 1185.
144. Нечипорук Л.В. Теорія та практика страхового ринку в Україні: Монографія. – Харків: Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2004. – 300 с.
145. Обущак Т.А. Сутність фінансового стану підприємства//Актуальні проблеми економіки.-2007.-№9.-С.92-100.
146. Остафіль О., Рубаха М. Комплексна оцінка кредитоспроможності позичальника як інструмент управління кредитним ризиком банку // Формування ринкової економіки в Україні. 2009. Вип.19. С.387-396.
147. Обущак Т.А. Основні методичні напрямки оцінки фінансового стану торговельних підприємств // Актуальні проблеми економіки. – 2008, №12 (90). – С.99-105.
148. Окландер М.А., Хромов О.П. Промислова логістика: Навчальний комплекс – Київ: Центр навчальної літератури, 2004.- 222с.
149. Оцінка об'єктів у матеріальній формі : навч. посіб. – Ч. 4. / [за ред.

- О.С. Редькіна]. – Одеса, 2010. – 124 с.
150. Оцінка цілісних майнових комплексів : Національний стандарт № 3 – Офіц. текст із змін. станом на 29.11.2006 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1655-2006-%EF>
 151. Положення «Про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків» Затв. Постановою Правління НБУ 19.12.2000 № 279.
 152. Про затвердження Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій: Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від 23.02.1998 №22//zakon1.rada.gov.ua.
 153. Постанова КМУ від 17.10.2008р. №955 «Про заходи щодо стабілізації цін на лікарські засоби і виробу медичного призначення»
 154. Постанова КМУ від 15.03.2009р. №333 «Деякі питання державного регулювання цін на лікарські засоби і виробу медичного призначення»
 155. Постанова КМУ від 08.08.2011р. №932 «Про удосконалення державного регулювання цін на лікарські засоби та виробу медичного призначення, що закупаються за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів»
 156. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: підручник.- 3-тє вид., перероб. І доп.- К.: Знання, 2008.- 630с.
 157. Промисловість України у 2000-2005 роках. Стат. збірник / Держкомстат України – К., 2001.397с.
 158. Промисловість України у 2006-2010 роках Стат. збірник / Держкомстат України– К., 2006.303с.
 159. Промисловий потенціал України: проблеми та перспективи структурно-інноваційних трансформацій/ Відпов. ред. канд. екон. наук Ю.В Кіндзерський.-К.: Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2007.-408 с.
 160. Промисловість Одеської області за 2000-2010р.р. Стат.збірник/ за редакцією Л.Е. Котвицької.-Од.: Головне управління статистики в Одеській області, 2010.-168с.
 161. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. – М.: Международ. отношения, 1993. – 896 с.
 162. Портал «Технологии корпоративного управления». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iteam.ru/>
 163. Петров М.А. Интеграция рынков в условиях глобализации на примере страхового рынка // Финансы. Инвестиции. Деньги. – № 7. – 2003.
 164. Приказюк Н.В. Державне регулювання страхового ринку України: тенденції та перспективи розвитку//Фінанси України,7/2010.
 165. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 №2210-III // zakon1.rada.gov.ua.

166. Райан Б. Статистический учет для руководителя.-М.: «Аудит», «ЮНИТИ»-1998.-616с.
167. Репіна І.Н. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління// Вісник Української академії державного управління при Президенті України.-1998.-№2.- с.271-276.
168. Раппорт В.Ш. Диагностика управления: практический опыт и рекомендации. – М.: Экономика, 1988. – 127с.
169. Румянцева З.П. Общее управление организацией. Теория и практика: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 304 с.
170. Річна звітність акціонерних товариств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.smida.gov.ua/>
171. Рынок вина в Украине. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ubr.ua/market/industrial/proizvodstvo-vina-sokratilos-pochti-na-40-94064>
172. Рутгайзер В.М. Оценка стоимости бизнеса / Валерий Максович Рутгайзер. – М. : Маросейка, 2007. – 448 с.
173. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: Учеб.пос-2е издание- М.:ИНФРА-М,2004.-654с.
174. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. - К.: Знання, 2004.-654с.
175. Самойлов Л., Чистяков А. Метод оценки финансового положения заемщика при формировании резервов на возможные потери по ссудам // «Банки и технологии», №2, 2005. С. 40-48.
176. Спирин В.С. Анализ экономического потенциала предприятия.- М.: Финансы и статистика.-1994.
177. Скоун Т. Управленческий учет / Т. Скоун ; [пер. с англ.]. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1997. – 179 с.
178. Стыров М.М. Проблемы формирования и использования финансовых ресурсов промышленности Республики Коми. // Региональная экономика. - 2009. - № 13. – С.93-101.
179. Сюрко Л.Є., Сюрко С.П. Виставкова логістика як об'єкт аналітичної системи управління // Матеріали Міжнародної науково – практичної конференції: обліково – аналітичної системи: глобальний і національний аспекти / Полтава. РВЦПУСКУ, 2006. – с.74 - 77.
180. Сюрко Л.Є., Сюрко С.П. Аналіз логістичних витрат виставкової діяльності // Вісник соціально – економічних досліджень ОДЕУ. – 2007. - № 26 - с.342 - 347.
181. Сюрко Л.Є. Проблемні питання аналізу виставкової діяльності у сучасних умовах // Вісник соціально – економічних досліджень ОДЕУ - 2009. - № 35 - с.275 - 280.
182. Сюрко Л.Є. Оцінка ефективності виставкової діяльності // Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ. – 2011р. - №42 –
183. Строковський Л.Е. Основы выставочно – ярмарочной деятельности /М «Юнти», 2005г. - 265с.
184. Статистичний бюлетень: Туризм в Україні. – К.: Державна туристична адміністрація України, 2002. – 44 с.

185. Статистичний бюлетень: Туризм в Україні. – К.: Державна туристична адміністрація України, 2005. - 47 с.
186. Статистичний бюлетень: Готелі та інші місця для короткострокового проживання. – К.: Державний комітет статистики України, 2006. – 129 с.
187. Статистичний бюлетень: Готелі та інші місця для короткострокового проживання. – К.: Державний комітет статистики України, 2009. – 202 с.
188. Стасевський А. Глава Нацкомфінуслуг определил основные направления Деятельности ведомства Дата: 20.04.2012. Розділ: Огляд преси, Тенденції розвитку страхування: <http://uainsur.com/massmedia/30901/>
189. Страховий ринок : 2001-2011р. <http://www.dfp.gov.ua>
190. Страховые рейтинги компаний <://www.uainsur.com>
191. Спинелли – мл. Стивен. Франчайзинг: путь к богатству / Спинелли – мл. Стивен, Резенберг Роберт М., Берли Сью; [пер. с англ И. Г. Розмаинского]. – М.: Вильямс, 2007. – 384 с.
192. Стоимость предприятий при интеграционном процессе / [А. Ю. Шатраков, Н. И. Комков, А. А. Мерсиянов, М. А. Шамин . – М. : Экономика, 2008. – 350 с.
193. Турило А.М., Зінченко О.А. Теоретико – методологічні підходи до визначення прибутку підприємства як фінансової категорії // Актуальні проблеми економіки. – 2008, № 3(81). – С. 109-112.
194. Турченяк О.В. Фінансова діагностика формування і використання фінансового капіталу в інвестиційній діяльності підприємств: методологічний вимір // Економіка Крима № 4(33), 2010 год – С.305-309.
195. Туленков Н. Социальная эффективность управления //Персонал. – 1997. – № 2,3. – с. 3-7.
196. Устенко О.Л. Економіка підприємництва: Методичний посібник. – 2-е вид. – К.: МАУП, 1999. – 44 с.
197. УКАЗ Президента України «Про ліквідацію Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України» N 148/2012.
198. Фінанси в період реформування агропромислового виробництва / Дем'яненко М.Я., Алексійчук та ін.; За ред.М.Я.Демяненко.-К.:ІАЕ УААН,2002.- 645 С.
199. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк.- К.: КНЕУ, 2004.-316с.
200. Фандель Г. Теорія виробництва і витрат/ Пер. з нім. під керівн. і наук. ред. М.Г.Грецака. – К.: Таксон, 2000. – 520 с.
201. Фінансовий ринок України за 2010р. www.minfin.gov.ua
202. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк о.І. Потенціал підприємства формування та оцінка [Текст]: Навч.Посібник. – Вид.2-ге, без змін. К.:КНЕУ, 2006. – 316 с.
203. Факторы успеха в франчайзинге. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://top-franchising.com.ua/docs/articles/?PHPSESSID=ab3a6bfc17704c62049cf66aab28c052>.
204. Франчайзинг в Украине. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://top-franchising.com.ua/docs/start/?PHPSESSID=ab3a6bfc17704c62049cf66aab28c052>

205. Цивільний кодекс України – Офіц. текст із змін. станом на 31 трав. 2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=2&nreg=435-15>.
206. Чернелевський Л.М. Економічний аналіз на підприємствах промисловості та торгівлі. Підручник. – К., 2003, - 312с.
207. Чухрай Н.І. Формування інноваційного підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення: Монографія.- Львів, Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2002.- 316с
208. Чудновский А. Туризм и гостиничное хозяйство. – М.: ТАНДЕМ, ЭКМОС, 2000. – 368 с.
209. Череп А.В. Управління витратами суб'єктів господарювання. Ч.І: Монографія. – Харьков: ВД „Инжек”, 2006. – 235 с.
210. Шевчук Н.С. Аналіз кредитоспроможності суб'єктів господарювання // Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ – 2002.-№ 12 – С.62-64.
211. Шевчук Н.С. Аналитические методы обоснования управленческих решений по снижению кредитных рисков // Соціально-економічні проблеми регіонального розвитку, Павлоград, 2010. С. 88-90.
212. Шевчук Н.С. Методи прогнозування кредитоспроможності підприємств // Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ – 2007.— № 26 – С.387-391.
213. Шевчук Н.С. Особливості використання наукового апарату фінансового аналізу на окремих етапах управління кредитним ризиком// Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ – 2008.— №30 – С.401-406.
214. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – М.: Инфра – М, 2008. – 208 с.
215. Швиданенко Г.О. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства : монографія / Г.О. Швиданенко, О.І. Олексик. - К. : Вид-во КНЕУ, 2002. -192 с.
216. Якимчук Т.В. Стан і перспективи розвитку підприємств харчової промисловості України // Актуальні проблеми економіки. - 2010 - №4(106). - С.162-169.
217. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: Уч. пособ. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство РДЛ, 2005. – 368 с.
218. Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства. Учебное пособие. – М.: Издательство РДЛ, 2006. – 224 с.
219. Яценко О.І. Місце стратегічного управління витратами у системі стратегічного менеджменту підприємства // Науковий вісник. – 2007. – вип. 17.6. – С. 238-246
220. <http://www.fd.ru/toprinter/news/1336.html>.
221. <http://www.fd.ru>.
222. ABC – аналіз [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ru.wikipedia.org/wiki/ABC-анализ130.html

223. [http: // www.cfin.ru/banolorin/article/sbrn06/22.shtml](http://www.cfin.ru/banolorin/article/sbrn06/22.shtml) (cfin.ru // Количественная оценка мероприятий ярмарочно - выставочной деятельности).
224. Hering Thomas Unternehmensbewertung – 2. vollständig überarb. und stark erw. Aufl. - R. Oldenbourg Verlag München Wien, 2006. – 295 s.
225. Kuhner Christoph, Maltry Helmut: Unternehmensbewertung – Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2006 – 326 S.
226. Mandl G.; Rabel K. Methoden der Unternehmensbewertung, in Peemöller V. H. Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, 3. Auflage, Herne, Berlin 2005, s. 47-88.
227. Matschke, Manfred Jürgen; Brösel, Gerrit: Unternehmensbewertung: Funktionen, Methoden, Grundsätze. – 3. überarbeitete und erweiterte Aufl. – Wiesbaden: Gabler, 2007. – 848 s.
228. Schultze, Wolfgang Methoden der Unternehmensbewertung: Gemeinsamkeiten, Unterschiede, Perspektiven / von Wolfgang Schultze – 2. erw. und überarb. Aufl. – IDW Verlag GmbH, Düsseldorf 2003. – 603 s.
229. Seppelfricke Peter: Handbuch Aktien- und Unternehmensbewertung – Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, 2005 – 2., überarbeitete Aufl. – 396 S.
230. Voigt, Christoph; Voigt, Jan, Voigt Jörn F., Voigt, Rolf: Unternehmensbewertung: Erfolgsfaktoren von Unternehmen professionell analysieren und bewerten. – 1. Aufl., Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler, 2005. - 247 S.

Сучасні проблеми розвитку
економічного аналізу як інструменту
ефективності діяльності

За редакцією

Волкової Н.А.