

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ

Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Г. О. ШВИДАНЕНКО, А. І. ДМИТРЕНКО

БІЗНЕС- ДІАГНОСТИКА ПІДПРИЄМСТВА

Навчальний посібник

*Рекомендовано
Міністерством освіти і науки,
молоді та спорту України*

УДК 005.511:658.14(075.8)
ББК 65.291Я73
Ш 35

Рецензенти

А. В. Базилюк, д-р екон. наук, проф.
(Національний транспортний університет, м. Київ)

Я. В. Белінська, д-р екон. наук, проф.
(Національний університет державної податкової служби України, м. Ірпінь)

Г. К. Яловий, д-р екон. наук, проф.
(НТУУ «Київський політехнічний інститут»)

Редакційна колегія Центру магістерської підготовки

Голова редакційної колегії А. М. Поручник, д-р екон. наук, проф.

Відп. секретар редакційної колегії І. В. Кулага, канд. екон. наук, доц.

Члени редакційної колегії: Д. Г. Лук'яненко, д-р екон. наук, проф.; Н. П. Москалюк, канд. екон. наук; Є. Г. Панченко, д-р екон. наук, проф.; А. М. Поддєрьогін, канд. екон. наук, проф.; Я. М. Столярчук, д-р екон. наук, доц.; О. В. Ткаченко, канд. екон. наук, доц.; С. В. Устенко, д-р екон. наук, доц.; О. К. Шафалюк, д-р екон. наук, доц.; Г. О. Швиданенко, канд. екон. наук, проф.; Ф. П. Шульженко, д-р політ. наук, проф.

Гриф надано Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України
Лист від 06.02.12 № 1/11-1595

Швиданенко Г. О., Дмитренко А. І.

Ш 35 Бізнес-діагностика підприємства : навч. посіб. [Електронний ресурс] / Г. О. Швиданенко, А. І. Дмитренко. — К. : КНЕУ, 2013. — 448, [4] с.

ISBN 978-966-483-660-6

У посібнику авторського колективу викладачів кафедри економіки підприємств ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» висвітлено ключові теоретичні, методичні та практичні аспекти здійснення комплексної бізнес-діагностики промислового підприємства, наведено приклади типових розрахунків на найважливіших етапах оцінювання середовища функціонування суб'єктів господарювання, сформульовано завдання для комплексного дослідження підприємств – баз написання дипломних робіт.

Призначений для студентів, слухачів магістерських програм економічних спеціальностей вищих навчальних закладів і центрів перепідготовки та підвищення кваліфікації, викладачів, а також буде корисним для економістів-практиків.

УДК 005.511:658.14(075.8)
ББК 65.291Я73

Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється

ISBN 978-966-483-660-6

© Г. О. Швиданенко, А. І. Дмитренко, 2013
© КНЕУ, 2013

ЗМІСТ

ВСТУП	5
Тема 1. Основи бізнес-діагностики сучасних підприємств	7
1.1. Сутність, значення та основні принципи здійснення бізнес-діагностики підприємства	8
1.2. Сучасні технології бізнес-діагностики підприємства	16
1.3. Особливості діагностики підприємства на різних етапах його розвитку	26
Тема 2. Інформаційне забезпечення діагностики діяльності підприємства	34
2.1. Інформаційні джерела для проведення бізнес-діагностики підприємства	35
2.2. Методи пошуку та первинної обробки аналітичної інформації ..	45
Тема 3. Діагностика базових параметрів підприємства та ринкового середовища його функціонування	61
3.1. Аналіз юридично-господарських параметрів підприємства ..	63
3.2. Дослідження системи управління підприємства	68
3.3. Дослідження екологічності діяльності підприємства	78
3.4. Оцінювання ринкового середовища господарювання підприємства	80
Тема 4. Аналіз продукції (робіт, послуг) підприємства	96
4.1. Ідентифікація вихідних параметрів профільної діяльності підприємства	98
4.2. Оцінювання результативності виробництва та збуту	103
4.3. Діагностика якості та конкурентоспроможності продукції підприємства	110
Тема 5. Аналіз фінансово-майнового стану підприємства	125
5.1. Аналіз динаміки валюти балансу та його структури	127
5.2. Оцінювання фінансової стійкості підприємства	137
5.3. Аналіз ліквідності фірми	142
Тема 6. Оцінювання ефективності формування і використання основних ресурсів господарювання	154
6.1. Дослідження персоналу підприємства	155
6.2. Діагностика основного капіталу підприємства	164

6.3. Дослідження оборотних коштів підприємства	170
6.4. Аналіз ділової активності підприємства	178
Тема 7. Діагностика інтелектуального капіталу підприємства	188
7.1. Інтелектуальний капітал підприємства та особливості його дослідження	189
7.2. Вимірювання та оцінювання вартості інтелектуального капіталу	198
7.3. Комплексна діагностика інтелектуального капіталу	213
Тема 8. Діагностика витратності діяльності підприємства	241
8.1. Дослідження параметрів витрат і собівартості продукції	243
8.2. Ідентифікація критичного обсягу виробництва і реалізації продукції	251
8.3. Діагностика параметрів левериджу на підприємстві	255
8.4. Оцінювання вартості капіталу підприємства	261
Тема 9. Діагностика ефективності діяльності підприємства	284
9.1. Аналіз прибутковості діяльності підприємства	286
9.2. Оцінювання ефективності формування і використання акціонерного капіталу компанії	300
9.3. Оцінювання вартості підприємства	306
9.4. Оцінювання конкурентоспроможності підприємства	314
9.5. Моделі інтегрального оцінювання ефективності діяльності підприємства	317
Тема 10. Діагностика ризику неплатоспроможності та банкрутства підприємства	341
10.1. Діагностика неплатоспроможності підприємства	342
10.2. Оцінювання ймовірності банкрутства підприємства	346
10.3. Ідентифікація ознак прихованого, умисного та фіктивного банкрутства	360
Тема 11. Формування управлінських рішень за результатами бізнес-діагностики підприємства	372
11.1. Сутнісно-видова характеристика управлінських рішень	373
11.2. Технологія розроблення та реалізації управлінських рішень	377
11.3. Використання результатів бізнес-діагностики у стратегічному плануванні	389
Термінологічний словник	409
Список використаних джерел	420
Додатки	427

ВСТУП

Динамічне середовище сучасного бізнесу вимагає від менеджерів підприємства швидких, адекватних та раціональних дій. Прийняття будь-яких управлінських рішень має базуватися на результатах аналізу середовища діяльності підприємства, який повинен передбачати комплексну діагностику чинників макро- і мікросередовища, усіх сфер діяльності суб'єкта господарювання з позицій максимізації економічного результату від використання обмежених ресурсів.

Предметом дисципліни «Бізнес-діагностика підприємства» є управлінські процеси, що мають на меті кількісну і якісну характеристику середовища функціонування бізнесу, стану підприємства та ефективності його діяльності.

Мета дисципліни полягає у поглибленні теоретичних знань, формуванні вмінь і набутті навичок здійснення комплексної діагностики бізнесу, результати якої слугуватимуть основою для розроблення і впровадження ефективних господарських рішень.

Завдання навчальної дисципліни полягають у оволодінні новітніми методами комплексного аналізу фінансово-майнового стану підприємства та результатів його виробничо-господарської діяльності з метою: по-перше, отримання об'єктивного уявлення про ситуацію та перспективи розвитку підприємства; по-друге, розроблення практичних заходів щодо вдосконалення господарського механізму, підвищення ефективності його функціонування; по-третє, зростання рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання; по-четверте, створення та впровадження технологій контролю за його фінансово-майновим станом та ефективністю діяльності.

Навчальний посібник орієнтує читача у широкому колі нормативних і статистичних джерел інформації, фінансовій звітності вітчизняних підприємств, навчає правильній обробці первинних даних, їх трансформації у необхідні агрегати. За кожним аспектом діагностики зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування підприємства наведено приклади типових розрахунків найважливіших індикаторів. Перевагою посібника є орієнтація

студентів випускних курсів у визначенні мети, змісту, етапів і технології дослідження результативності діяльності та розвитку цільового підприємства, що необхідно для якісного написання та захисту дипломних робіт.

Авторами навчального посібника є провідні викладачі кафедри економіки підприємств факультету економіки та управління ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»:

✓ **Швиданенко Генефа Олександрівна**, кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємств, знаний консультант з питань бізнес-планування й аналізу господарської діяльності.

✓ **Дмитренко Артем Іванович**, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємств, провідний фахівець у сфері антикризового управління та обґрунтування управлінських рішень стосовно різних сфер діяльності підприємства.

Зокрема, Швиданенко Г. О. є автором вступу, теми 1, теми 2, теми 7, теми 9 (9.5) і теми 11. До авторства Дмитренка А. І. належать теми 3—6, тема 8, тема 9 (9.1—9.4) і тема 10.

«Цінність принципу визначається кількістю фактів, які він пояснює»

Емерсон Ралф Уолдо

Тема

1

ОСНОВИ БІЗНЕС-ДІАГНОСТИКИ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ключові поняття і терміни

- діагностика;
- мета та завдання діагностики;
- принципи діагностики;
- аналіз

1.1. Сутність, значення та основні принципи здійснення бізнес-діагностики підприємства.

1.2. Сучасні технології бізнес-діагностики підприємства.

1.3. Особливості діагностики підприємства на різних етапах його розвитку.

Вивчивши матеріал цієї теми, ви будете **знати**:

- ✓ мету та завдання бізнес-діагностики підприємства;
- ✓ види бізнес-діагностики підприємства;
- ✓ принципи та типовий алгоритм діагностування суб'єкта господарювання;
- ✓ основні аспекти дослідження підприємства та їх зміст;
- ✓ базові та додаткові джерела інформації для аналізу;
- ✓ сутність основних методів дослідження середовища функціонування підприємства,

а також **уміти**:

- ✓ обирати напрями, систему ключових індикаторів і критеріїв оцінювання діяльності підприємства залежно від мети дослідження та зацікавлених осіб;

- ✓ здійснювати пошук необхідної нормативно-правової та економічної інформації щодо середовища функціонування цільового підприємства.



1.1. Сутність, значення та основні принципи здійснення бізнес-діагностики підприємства

Ефективність функціонування кожного підприємства залежить, насамперед, від того, відповідають чи не відповідають управлінські рішення реальності ринкового середовища господарювання з урахуванням власного потенціалу підприємства. Базою для обґрунтування і прийняття оптимальних управлінських рішень повинен бути глибокий комплексний аналіз підприємства. У процесі такого аналізу всі сфери діяльності підприємства оцінюються з позицій досягнення максимально можливого економічного результату за рахунок оптимально ефективного (в тому числі і з погляду ліквідності, уникнення ризику банкрутства) використання наявних ресурсів, насамперед, фінансових. Бізнес-діагностика підприємства, що є інструментом контролю та планування, створює зворотний зв'язок у постійному циклі управлінських рішень.

Слід зазначити, що саме поняття «діагностика» раніше вживалося лише в медицині та означало мистецтво розпізнання хвороби за її симптомами. При цьому керувалися певними правилами, що були розроблені на основі досвіду попередніх поколінь. В економічному значенні термін «діагностика» вживається здебільшого як синонім дослідження, вивчення чинників впливу на підприємницьку діяльність. Основна увага при цьому приділяється визначенню можливостей використання резервів, а також негативних факторів, ризиків чи депресивних тенденцій у розвитку підприємства. На основі виявлених можливих загроз чи сформованих кризових проявів, розробляються альтернативні варіанти управлінських рішень з метою мінімізації потенційних збитків чи досягнення поставлених цільових орієнтирів з урахуванням змін внутрішнього і зовнішнього середовища.

Діагностика — це процес розпізнання і визначення як позитивних, так і негативних (кризових) явищ у діяльності підприємства на основі помічених локальних змін, встановлених залежно-

стей, а також особливо помітних явищ поточної підприємницької діяльності. Процес діагностики — це не одноразова дія, а постійна систематична діяльність, ефективність якої значною мірою зумовлюється накопиченим досвідом.

Об'єктом бізнес-діагностики діяльності є соціально-економічні процеси, зв'язки та структури, а також конкретні форми (результати) їх виявлення у господарській чи підприємницькій діяльності підприємства (організації, компанії, проекту), які є або об'єктом управління, або основою для прийняття управлінських рішень. *Предметом* бізнес-діагностики діяльності підприємства (компанії, організації, проекту) є аналітичні технології осмислення (ідентифікації і фіксації) комерційної інформації, способи її обробки й інтерпретації для обґрунтування управлінських рішень.

Генезис авторського розуміння поняття «бізнес-діагностика підприємства» наведено на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Формування поняття «бізнес-діагностика підприємства»

Розуміння поняття діагностики діяльності підприємства (організації, компанії) дозволяє сформулювати деякі узагальнення теоретичного характеру та перейти до встановлення зв'язків між основними поняттями аналізу функціонування виробничо-комерційних систем. Отже, діагностика діяльності підприємства, на наш погляд, характеризується:

- єдністю дедуктивних та індуктивних прийомів дослідження (аналізу та синтезу) соціально-економічної діяльності;
- використанням формалізованих і неформалізованих прийомів дослідження соціально-економічних систем підприємств чи організацій;
- орієнтацією на процес прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері діяльності підприємства;
- належністю до корпоративної технології аналітичної роботи на підприємстві, тобто діагностика є основною складовою системи аналітичної обробки інформації в організації, компанії чи підприємстві.

Діагностика як важливий вид діяльності має багато різновидів. Класифікацію діагностики подано в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

ВИДИ ДІАГНОСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Класифікаційна ознака	Різновиди діагностики підприємства
Мета та охоплення об'єкта дослідження	<ul style="list-style-type: none"> • експрес-діагностика; • комплексна (загальна) бізнес-діагностика підприємства; • проблемноорієнтована діагностика
Характер дослідження	<ul style="list-style-type: none"> • етіологічна діагностика; • симптоматична діагностика
Суб'єкт здійснення	<ul style="list-style-type: none"> • внутрішньокорпоративна; • зовнішня
Розробник та обов'язковість використання методики	<ul style="list-style-type: none"> • офіційна; • авторська
Функціональна сфера дослідження	<ul style="list-style-type: none"> • економічна діагностика; • технічна діагностика; • юридична діагностика; • маркетингова діагностика; • управлінська діагностика тощо
Частота здійснення	<ul style="list-style-type: none"> • регулярна; • епізодична

За метою та охопленням досліджуваних процесів виділяють експрес-діагностику, комплексну бізнес-діагностику та проблемноорієнтовану діагностику. *Експрес-діагностика* призначена для формування загального уявлення про фінансовий стан підприємства на базі форм зовнішньої бухгалтерської звітності. В основу експрес-аналізу покладено дослідження порівняно невеликої сукупності інформативних і нескладних у розрахунках показників. *Комплексна бізнес-діагностика* має на меті отримання вичерпної інформації щодо зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування, виявлення перспектив підприємства. *Проблемноорієнтована діагностика* передбачає поглиблене дослідження окремого напрямку чи сфери діяльності підприємства або розв'язання пріоритетної фінансової проблеми підприємства. Наприклад, оптимізація дебіторської заборгованості на базі як основних форм зовнішньої бухгалтерської звітності, так і розшифровок тільки тих статей звітності, що пов'язані із зазначеною проблемою.

Під *етиологічною бізнес-діагностикою* слід розуміти систему аналізу фінансово-економічної діяльності підприємства, що побудована за принципом «від причини до симптому», тобто основну увагу дослідник концентрує на встановленні причинно-наслідкових зв'язків між подіями внутрішнього та зовнішнього середовища господарювання. Побудована на цій основі система діагностики дозволяє передбачати розвиток позитивних чи, навпаки, деструктивних процесів на підприємстві. *Симптоматична бізнес-діагностика* є системою аналізу, що фіксує позитивні чи негативні прояви різноманітних чинників, а потім досліджує їх причинність. Створюючи таку систему на підприємстві, аналітики основну увагу мають приділяти достовірності та повноті фіксації змін внутрішнього і зовнішнього середовища, тобто система працює за принципом «від симптому до причини». Таким чином, процес діагностики діяльності підприємства передбачає побудову системи аналізу, що дозволить задовольнити потреби як внутрішніх, так і зовнішніх користувачів.

За частотою здійснення виділяють регулярну та епізодичну діагностику. *Регулярна діагностика* здійснюється на постійній основі у визначений термін, а *епізодична* — призначена для вирішення певних завдань, як засіб для прийняття окремих управлінських рішень.

Залежно від розробника та обов'язковості використання методики діагностики стану об'єкта виділяють офіційні та авторські методики. *Офіційні методики* розробляються і затверджуються відповідними офіційними органами для використання у визначен-

них законодавством випадках. Авторські методики розробляють окремі дослідники з метою повнішого врахування потреб конкретного суб'єкта господарювання і саме вони користуються попитом у замовників.

Отже, система діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства базується на використанні алгоритмів, технологій, методів і показників економічного аналізу, побудованих на інформаційній базі господарського обліку. З огляду на це, доцільно розглянути деякі методологічні засади фінансово-економічного аналізу та господарського обліку, а потім сформулювати комплексну систему діагностики діяльності підприємства. В цьому разі під системою діагностики слід розуміти єдність концепції, підходів, принципів, механізмів, технологій та конкретних алгоритмів постійного моніторингу цільових точок соціально-економічної системи.

В економічній літературі [70, с. 149] виділяється ряд функцій, які притаманні бізнес-діагностиці:

- інформаційна функція: передбачає перманентний або систематичний збір інформації з різних джерел про всі сфери функціонування підприємства (дані бухгалтерського, податкового, управлінського, статистичного обліку, дані отримані в результаті спеціально проведених досліджень, дані аудиторських, консалтингових, юридичних агентств тощо), її систематизацію, ранжирування і перевірку на достовірність;

- аналітична функція: деталізація виробничо-господарської діяльності підприємства за складовими (центрами відповідальності, видами діяльності, показниками, працівниками тощо) залежно від цілей аналізу;

- стимулювальна функція: розроблення заходів, що базуються на отриманих результатах діагностики та спрямовуються на покращання стану об'єкта дослідження.

- ідентифікаційна функція: визначення поточного стану функціонування підприємства, а також його ретроспективного та перспективного станів. При цьому мова йде про встановлення характерних рис, переваг і недоліків, шансів і загроз функціонування;

- попереджувальна функція: виявлення потенційних ризиків та орієнтація у напрямках заходів щодо їх уникнення або мінімізації негативного впливу;

- антикризова функція: розроблення заходів протидії аномальним кризовим явищам внутрішнього та зовнішнього середовищ у поточному періоді та запобігання виникненню потенційних кризових явищ у майбутньому;

- регулювальна функція: усунення виявлених недоліків, відхилень, розв'язання наявних проблем;
- симптоматична функція: виявлення та інтерпретація симптомів теперішнього стану підприємства, визначення ступеня критичності цього стану;
- консультаційно-дорадча функція: передбачає розгляд альтернативності та багатоваріантності заходів, що розробляються конкретними користувачами та спрямовані на цільове розв'язання проблем.

Виходячи з функцій бізнес-діагностики підприємства, формується коло її ключових завдань:

- 1) вивчення характеру дії економічних законів, визначення закономірностей і тенденцій розвитку економічних систем мікрорівня;
- 2) комплексне обґрунтування бізнес-проектів і стратегій підприємства;
- 3) контроль за досягненням цільових орієнтирів діяльності, за ефективністю використання ресурсів;
- 4) пошук резервів підвищення результативності економічної системи підприємства;
- 5) прийняття управлінських рішень щодо реалізації виявлених резервів.

На основі перерахованих завдань доцільно визначити загальні принципи бізнес-діагностики:

- ✓ інтегрованість у загальну систему аналізу — система діагностики повинна мати цільовий характер та органічно поєднувати специфіку бізнесу і пріоритети власників;
- ✓ науковий характер досліджень — у процесі діагностики доцільно орієнтуватися на використання сучасних, теоретично достатньо опрацьованих методик і прийомів, що дозволить досягнути прийнятний рівень точності за простоти розрахунків; залежно від специфіки аналізу — використання неформальних критеріїв слід максимально структурувати та аналітично опрацювати;
- ✓ комплексність — оцінювання тільки одного чи двох бізнес-проектів не може відобразити загальні результати діяльності підприємства, що можуть формуватися в двох чи трьох взаємопов'язаних сферах; крім того, остаточні висновки повинні враховувати весь спектр факторів впливу на об'єкт досліджень;
- ✓ системність — створення системи діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства економічно вигідне тільки на постійній основі, що дозволить забезпечити достовірність оці-

нювання одноразових економічних явищ у контексті загального економічного розвитку;

✓ об'єктивність — при побудові систем діагностики слід використовувати точні, реальні факти, методи та прийоми, що дозволять мінімізувати суб'єктивізм дослідників чи неточність оцінок;

✓ конкретність — кожен етап аналізу чи оцінювання економічних явищ повинен мати конкретну цільову спрямованість;

✓ точність — система діагностики повинна на прийнятному для підприємства рівні відтворювати реальні економічні процеси (підвищення точності досліджень зазвичай обумовлює їх подорожчання, що не завжди ефективно);

✓ активність — діагностика повинна максимально орієнтуватися на превентивні методи, тобто лише визначити та усунути симптом недостатньо для уникнення кризи;

✓ своєчасність — слід постійно враховувати динамічність господарської діяльності, а також статичність будь-яких оцінок;

✓ ефективність (доцільність, економічність) — експлуатуючи систему діагностики, потрібно постійно порівнювати результати її роботи та поточні витрати функціонування.

У результатах комплексної бізнес-діагностики підприємства зацікавлене широке коло осіб, які переслідують найрізноманітніші цілі.

Таблиця 1.2

ТИПОВІ ЦІЛІ БІЗНЕС-ДІАГНОСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ЗАЛЕЖНО ВІД ЗАІНТЕРЕСОВАНИХ ОСІБ (СТЕЙКХОЛДЕРІВ)

Зацікавлена особа	Цілі проведення діагностики
Менеджмент підприємства	<ul style="list-style-type: none"> ✓ викуп компанії / бізнесу у власників, або певної частки акцій; ✓ реструктуризація чи санація бізнесу (або ж боргів); ✓ покращення роботи компанії в цілому чи окремих функціональних підрозділів; ✓ подолання певних проблем / кризових проявів у діяльності компанії
Акціонери / власники	<ul style="list-style-type: none"> • продаж пакетів акцій покупцям за найвищими цінами; • оцінювання якості менеджменту підприємства; • розроблення стратегії управління бізнесом / компанією; • злиття чи поглинання компаній окремої сфери бізнесу
Інвестори	<ul style="list-style-type: none"> ✓ реалізація ефективних бізнес-проектів різного характеру; ✓ придбання пакетів акцій чи цілих підприємств; ✓ контроль за ефективністю вкладених коштів

Закінчення табл. 1.2

Зацікавлена особа	Цілі проведення діагностики
Контрагенти	<ul style="list-style-type: none"> ● оцінювання спроможності отримання необхідної продукції (робіт, послуг); ● аналіз доцільності співпраці; ● оцінювання платіжної дисципліни
Банківські установи	<ul style="list-style-type: none"> ✓ оцінювання кредитоспроможності підприємства; ✓ перевірка фінансового стану при виділенні додаткового фінансування
Персонал	<ul style="list-style-type: none"> ● започаткування або продовження співпраці з підприємством як роботодавцем
Державні органи влади	<ul style="list-style-type: none"> ✓ контроль за ефективністю використання переданого в оренду майна / майнового комплексу; ✓ доцільність проведення процедури банкрутства / реструктуризації; ✓ приватизація підприємств; ✓ інші цілі виходячи зі специфіки сфери бізнесу

Суб'єкти діагностики, залежно від встановлених цілей, покликані реалізувати її у певній технологічній послідовності з використанням відповідного методичного та індикативного забезпечення. Виходячи з логіки, функцій і завдань такої діяльності, можна запропонувати таку послідовність її етапів:

- 1) ідентифікація мети і завдань діагностики;
- 2) вибір методології, прийомів та інструментарію діагностики;
- 3) побудова системи діагностичних індикаторів та їх критеріїв;
- 4) визначення переліку необхідних даних щодо зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства;
- 5) опрацювання інформаційних джерел та формування упорядкованих масивів вихідних даних;
- 6) обробка масиву даних з метою виявлення стану діагностованого підприємства;
- 7) встановлення діагнозу-висновку про стан, проблеми та перспективи розвитку підприємства;
- 8) розроблення пропозицій, спрямованих на ліквідацію виявлених проблем і використання потенційних можливостей.

Бізнес-діагностика підприємства потребує належного ресурсного забезпечення, зокрема кадрового (достатня кількість висо-

кокваліфікованих і досвідчених аналітиків), інформаційного (доступ до баз даних, альтернативних джерел інформації), технічного (комп'ютерна техніка, спеціалізовані вимірювальні прилади) та програмного забезпечення (спеціалізовані аналітичні програми).



1.2. Сучасні технології бізнес-діагностики підприємства

Діагностика — це аналіз і оцінювання стану та результативності діяльності підприємства за допомогою реалізації комплексу дослідницьких процедур, виявлення конкурентних переваг і слабких ланок з метою посилення перших і нівелювання впливу других при обґрунтуванні стратегії підприємства. Комплексна діагностика підприємства складається з правової, економічної, технічної, екологічної та організаційної діагностики. Поняття «конкурентна діагностика» можна розглядати в різних аспектах:

- ✓ по-перше, як спосіб аналізу конкурентного середовища підприємства;
- ✓ по-друге, як спосіб оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства з урахуванням дії зовнішніх і внутрішніх чинників;
- ✓ по-третє, як діагностику, що базується на динаміці результатуючих показників діяльності підприємства з метою розроблення ефективної стратегії його розвитку.

Досвід показує, що з урахуванням особливостей діяльності суб'єкта господарювання ефективний аналіз конкурентного середовища не може базуватись на одному аналітичному методі, а лише на поєднанні кількох (рис. 1.2).

Зрозуміло, що здійснення діагностики конкурентного середовища за допомогою всіх можливих методів вимагає значних витрат часу та ресурсів. Окрім того, отримані результати за різними методами можуть суперечити один одному. Основною причиною цього є індивідуальні особливості кожного підприємства. Для цього необхідна класифікація методів діагностики за рядом критеріїв, що дає можливість ідентифікувати її саме для окремого суб'єкта господарювання з урахуванням переваг і недоліків кожного методу (табл. 1.3—1.7).

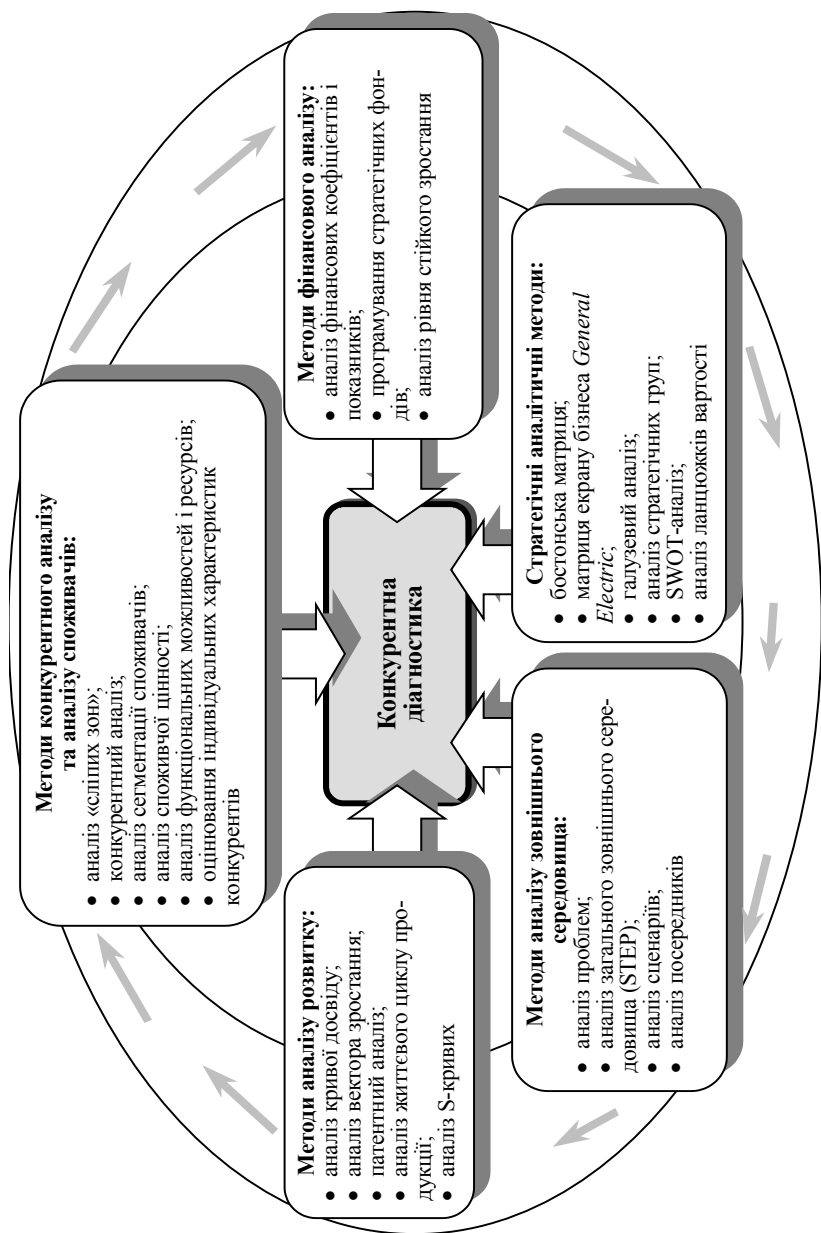


Рис. 1.2. Ознаки та класифікація методів конкурентної діагностики підприємства

Таблиця 1.3

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ СТРАТЕГІЧНИХ АНАЛІТИЧНИХ МЕТОДІВ КОНКУРЕНТНОЇ ДІАГНОСТИКИ

Назва методу	Переваги	Недоліки
1. Бостонська матриця	<ul style="list-style-type: none"> • надає загальну картину товарного портфеля компанії; • посилює акцент на майбутній збут; • проста в сприйманні та розумінні для користувачів; • підкреслює важливість поєднання кількох стратегій, а не використання єдиної 	<ul style="list-style-type: none"> • результати дослідження можуть не відповідати кривій досвіду та життєвому циклу товару, а також стратегічній позиції в умовах змін; • ігнорують концепцію маргінальності; • наявні проблеми практичного застосування
2. Матриця екрана бізнесу GE	<ul style="list-style-type: none"> • надає велику низку змінних аналітичних значень; • є гнучкою та інтуїтивно привабливою 	<ul style="list-style-type: none"> • у процесі досліджень можливі хиби припущення й ігнорування ризику; • є небезпека неправильного застосування (статичний аналіз, опора на нормативні стратегії, спрощення стратегії тощо)
3. Галузевий аналіз	<ul style="list-style-type: none"> • надає можливість провести статичний і динамічний аналіз; • важливе доповнення до аналізу навколишнього середовища; 	<ul style="list-style-type: none"> • не враховує вплив соціально-політичних чинників; • пов'язаний зі структурними проблемами, а не з проблемами лінійного аналізу
4. Аналіз стратегічних груп	<ul style="list-style-type: none"> • детальність орієнтації на пропозицію товарів; • надає можливість визначити стратегічний напрям галузевого розвитку та узгалянити однорідні галузі 	<ul style="list-style-type: none"> • обмежене практичне застосування; • не враховує вплив соціально-політичних чинників; • може мати негативний вплив на єдність групи
5. SWOT-аналіз	<ul style="list-style-type: none"> • широта застосування; • простота у сприйнятті та розумінні для користувачів; • не вимагає особливих затрат фінансових або інформаційних засобів; • сприяє організаційним змінам 	<ul style="list-style-type: none"> • не надає чітко сформульованих стратегічних рекомендацій; • суб'єктивність досліджень; • спрямований на реалізацію реакційних, а не активних стратегій; • ґрунтується на якісних, а не кількісних факторах
6. Аналіз ланцюжків вартості	<ul style="list-style-type: none"> • спрощує розуміння конкурентної позиції щодо головних покупців і постачальників, а також потенційно і реально досяжних переваг ресурсів і можливостей компанії; • забезпечує реалістичний аналіз витрат (собівартості) 	<ul style="list-style-type: none"> • не враховує інтелектуальні аспекти діяльності; • вимагає великих вкладень у дослідження; • наявність жорстких вимог до даних, які лежать в основі порівняльного аналізу; • складність практичного застосування

**ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МЕТОДІВ КОНКУРЕНТНОГО АНАЛІЗУ
ТА АНАЛІЗУ СПОЖИВАЧІВ**

Назва методу	Переваги	Недоліки
1. Аналіз «сліпих зон»	<ul style="list-style-type: none"> ● ефективний як запобіжний засіб; ● охоплює усі сфери діяльності; ● є гнучким; ● не потребує великих витрат 	<ul style="list-style-type: none"> ● складність практичного використання; ● є дуже мало систематичних або емпіричних досліджень щодо застосування аналізу
2. Конкурентний аналіз	<ul style="list-style-type: none"> ● сприяє вповненому та активному ставленні до конкурентної стратегії; ● сприяє тактичному оцінюванню індивідуальних характеристик наявних конкурентів 	<ul style="list-style-type: none"> ● знижує важливість спостереження за потенційними конкурентами; ● не сприяє фокусуванню уваги на купівельній цінності в процесі інноваційного розвитку компанії
3. Аналіз сегментації покупців	<ul style="list-style-type: none"> ● є гнучким та ефективним інструментом для маркетингової орієнтації; ● сприяє результативній роботі з конкурентною інформацією; ● стимулює розроблення нової продукції 	<ul style="list-style-type: none"> ● забезпечує тільки агреговані характеристики сегментів; ● пристосований до масового виготовлення на замовлення; ● можливі втрати стратегічних витід від його застосування
4. Аналіз споживчої цінності	<ul style="list-style-type: none"> ● орієнтований на майбутнє та сприяє реалістичним стратегічним рекомендаціям; ● надає можливість зставлення результатів аналізу з іншими методами 	<ul style="list-style-type: none"> ● потребує значних витрат ресурсів і часу; ● складність практичного використання; ● залежить від принципу GIGO «внесення—винесення сміття»
5. Аналіз функціональних можливостей і ресурсів	<ul style="list-style-type: none"> ● є інтегративним та сприяє зростанню і диверсифікації; ● збільшує стратегічний словник, на базі якого слід описувати процес стратегічного аналізу 	<ul style="list-style-type: none"> ● можлива складна неоднозначна таксономія; ● теорія представлення фірми на основі ресурсів не додає нічого нового
6. Оцінювання індивідуальних характеристик конкурентів	<ul style="list-style-type: none"> ● простота у сприйнятті та розумінні для користувачів; ● пропонує підприємству кілька джерел конкурентної переваги 	<ul style="list-style-type: none"> ● можливі хибні припущення; ● складність застосування в умовах мінливого зовнішнього середовища діяльності

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МЕТОДІВ АНАЛІЗУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Назва методу	Переваги	Недоліки
1. Аналіз проблем	<ul style="list-style-type: none"> ● дозволяє на ранніх стадіях виявити найбільш нагальні розбіжності; ● сприяє трансформації особливо невідкладних тенденцій у корпоративні можливості; ● допомагає мінімізувати очікуваний рівень ризику 	<ul style="list-style-type: none"> ● потребує регулярного проведення; ● наявність багатьох розбіжностей порушує систематичність оцінювання; ● результати можуть вимагати вжиття фінансових або ринкових заходів
2. Аналіз загального зовнішнього середовища (STEEP)	<ul style="list-style-type: none"> ● практично пов'язаний з поточними операціями планування 	<ul style="list-style-type: none"> ● складність інтерпретації; ● неточності в результатах аналізу; ● короткострокова орієнтація
3. Аналіз сценаріїв	<ul style="list-style-type: none"> ● дає змогу здійснювати перевірку варіантів стратегії на основі ресурсів; ● сприяє організаційній гнучкості; ● є інструментом інформаційного перезавантаження 	<ul style="list-style-type: none"> ● обмеженість використання — стосовно лише сценаріїв; ● можливі труднощі з групувою угодженням; ● можлива проблема зв'язку сценаріїв з конкурентною та фінансовою спроможністю
4. Аналіз посередників	<ul style="list-style-type: none"> ● розглядає індивідів та групи, які найбільш схильні підтримати ініціативи ринку або чинити їм опір; ● є ефективним в умовах інтернаціональної конкуренції; ● сприяє і конкуренції, і кооперації підприємств; ● розглядає соціальні й етичні аспекти ділової активності 	<ul style="list-style-type: none"> ● складність передбачення та прогнозування посередників; ● пріоритетність посередників в основному ґрунтується на суб'єктивних переконаннях менеджерів; ● вимагає постійного вивчення та спостереження за навколишнім середовищем і відхиленнями

Таблиця 1.6

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МЕТОДІВ АНАЛІЗУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Назва методу	Переваги	Недоліки
1. Аналіз кривої досвіду	<ul style="list-style-type: none"> • допомагає виявити чинники скорочення витрат; • може використовуватись протягом тривалого періоду часу 	<ul style="list-style-type: none"> • можлива втрата стратегічної гнучкості; • є загроза технологічної інновації або галузевої міграції конкурентів; • неоднаково підходить для всіх галузей і ринків товарів
2. Аналіз вектора зростання	<ul style="list-style-type: none"> • розглядає стратегічні альтернативи; • є гнучким; • допомагає вибрати ефективний спосіб спрощення аналізу багатьох різних стратегій ринкового зростання 	<ul style="list-style-type: none"> • додатково обмежується суб'єктивізмом аналітика; • не надає суттєвих рекомендацій щодо реалізації стратегій; • ґрунтується на припущенні про те, що всі компанії повинні розвиватися
3. Патентний аналіз	<ul style="list-style-type: none"> • є індикатором технологічних змін; • захищає особливо важливі технології підприємства 	<ul style="list-style-type: none"> • огляд патентів не надає повну картину інноваційних заходів; • не враховує затримки в часі між поданням заявки на патент і моментом його публікації
4. Аналіз життєвого циклу продукції	<ul style="list-style-type: none"> • є основою для аналізу S-кривої; • надає пропозиції з врахуванням динаміки ринку 	<ul style="list-style-type: none"> • піддається впливу маркетингових заходів;
5. Аналіз S-кривих	<ul style="list-style-type: none"> • забезпечує структурований і дисциплінований підхід до прийняття рішень; • сприяє скороченню комунікаційних бар'єрів, які часто існують між науковими та діловими сферами компанії 	<ul style="list-style-type: none"> • надає спрощені стратегічні рекомендації; • надмірно старанне застосування аналізу S-кривих може позбавити чутливості до невід'ємних ризиків при скороченні наукових досліджень

Таблиця 1.7

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МЕТОДІВ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМСТВА

Назва методу	Переваги	Недоліки
1. Аналіз фінансових коефіцієнтів і показників	<ul style="list-style-type: none"> ● надає справжні та конкретні результати впровадження стратегії; ● особливо корисний як інструмент при роботі з інформаційним перевантаженням; ● легкий у застосуванні як до внутрішнього аналізу компанії, так і до конкурентного аналізу галузевої структури 	<ul style="list-style-type: none"> ● фінансові коефіцієнти мають деякі обмеження; ● єдиний коефіцієнт не надає достатньо інформації про компанію в цілому; ● не враховує цінність товарних знаків або корпоративну репутацію, інтелектуальний капітал
2. Програмування стратегічних фондів	<ul style="list-style-type: none"> ● сприяє оптимальному розміщенню ресурсів; ● є прекрасним засобом для розвитку організаційного навчання; ● є орієнтованим на майбутнє; ● створює умови, необхідні для стимулювання інновації 	<ul style="list-style-type: none"> ● складність практичного застосування; ● великі часові й матеріальні витрати на дослідження
3. Аналіз рівня стійкого зростання	<ul style="list-style-type: none"> ● перевірка реальності; ● є універсальним і орієнтованим на майбутнє; ● відрізняється надзвичайною ресурсною ефективністю 	<ul style="list-style-type: none"> ● стратегічна короткозорість; ● можливі хибні припущення та непередбачені наслідки

Запропонована К. Фляйшером і Б. Бенсуссаном модель оцінювання методів аналізу зовнішнього середовища за системою «FAROUT» враховує лише шість критеріїв: своєчасність, корисність, об'єктивність, точність, ресурсна ефективність і перспективність [99].

Ці критерії є універсальними та підходять для оцінювання будь-якого методу, однак кожне підприємство є індивідуальним у своєму розвитку та має певні специфічні умови функціонування, які, на нашу думку, теж мають здійснювати вплив на оцінювання та вибір необхідних методів з метою проведення об'єктивної конкурентної діагностики. Тому стратегічні рішення щодо окремого підприємства мають бути пов'язані з такими факторами, як масштаб діяльності та сфера його функціонування, відповідати ресурсним можливостям і екологічним критеріям, перспективам розвитку, забезпечувати досягнення поставлених цілей, створювати умови для інноваційних змін, умови для змін на підприємстві та ін. Чим більше таких факторів, які впливають на досягнення стратегічних намірів підприємства, буде враховано, тим результативнішою буде конкурентна діагностика.

Отже, низку критеріїв, за якими має здійснюватися оцінювання методів формування конкурентної діагностики, потрібно доповнити додатковими факторами, що враховують специфіку діяльності підприємства. Чим більше буде ідентифіковано таких факторів, тим точніше буде визначено ряд методів для конкурентної діагностики. Результати проведених досліджень з оцінювання методів для проведення конкурентної діагностики наведено в табл. 1.8.

Оскільки запропоновані додаткові критерії оцінювання є взаємозалежними, то справедливим буде твердження, що вони впливають на вибір методу конкурентної діагностики не окремо, а лише в сукупності, що можна виразити за допомогою коефіцієнта ефективності використання певного методу конкурентної діагностики (K_{ef}) за формулою:

$$K_{\text{ef}} = \frac{\sum_{i=1}^n \phi_n}{n \times \phi_{\text{max}}}, \quad (1.1)$$

де ϕ_n — значення n -го фактора зовнішнього середовища, n — кількість факторів; ϕ_{max} — максимальна оцінка, яку може отримати фактор.

Таблиця 1.8

**РЕЗУЛЬТАТИ ОЦІНЮВАННЯ МЕТОДІВ ДЛЯ ЇХ ВІДБОРУ
З МЕТОЮ КОНКУРЕНТНОЇ ДІАГНОСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА «N»**

Група методів	Назва методу аналізу конкурентного середовища	орієнтація на майбутнє	точність	ресурсна ефективність	об'єктивність	корисність	своєчасність	масштаби	орієнтація на зростаючу вартість	ресурсозабезпеченість	умови для інноваційних змін	підумкова оцінка	коefficient ефективності	
		Бали												
Стратегічні аналітичні методи	бостонська матриця	3	2	4	3	3	4	5	2	3	5	34	0,68	
	матриця екрана бізнесу GE	2	3	3	3	3	4	5	2	3	4	32	0,64	
	галузевий аналіз	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	35	0,70	
	аналіз стратегічних груп	5	2	3	3	5	3	3	3	5	1	4	34	0,68
	SWOT-аналіз	2	3	4	3	4	4	4	1	3	2	2	28	0,56
Методи конкурентного аналізу та аналізів споживачів	аналіз ланцюжків вартості	2	3	2	4	5	1	1	5	3	2	28	0,56	
	аналіз «сліпих зон»	3	4	5	3	5	5	1	2	3	4	35	0,70	
	конкурентний аналіз	4	4	1	5	5	2	3	2	3	3	32	0,64	
	аналіз сегментації покупців	2	3	2	3	5	1	2	3	2	3	26	0,52	
	аналіз споживчої цінності	5	3	1	5	5	1	1	4	3	4	32	0,64	
	аналіз функціональних можливостей і ресурсів	4	2	5	5	4	5	4	5	5	5	43	0,86	
	оцінювання індивідуальних характеристик конкурентів	4	2	5	3	5	2	4	2	4	3	34	0,68	

Методи аналізу зовнішнього середовища	аналіз проблем	4	3	2	3	4	2	1	3	5	3	30	0,60
	аналіз загального зовнішнього середовища (STEEP)	4	2	3	2	3	2	2	2	2	4	26	0,52
	аналіз сценаріїв	5	4	2	3	4	4	2	2	4	3	31	0,62
	аналіз посередників	2	2	3	1	3	3	3	2	4	3	27	0,54
Методи аналізу розвитку	аналіз кривої досвіду	3	1	3	3	4	3	3	2	3	4	29	0,58
	аналіз вектора зростання	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	34	0,68
	патентний аналіз	5	4	2	4	5	1	1	4	2	2	30	0,60
	аналіз життєвого циклу продукції	2	2	3	3	3	4	4	2	3	3	28	0,56
	аналіз S-кривих	5	3	1	2	5	1	2	3	1	3	26	0,52
Методи фінансового аналізу	аналіз фінансових коефіцієнтів і показників	1	3	5	5	2	5	4	3	5	4	37	0,74
	програмування стратегічних фондів	5	3	3	5	4	2	5	4	4	4	39	0,78
	аналіз рівня стійкого зростання	4	4	5	4	4	5	2	4	3	3	38	0,76

За результатами проведених досліджень конкурентна діагностика підприємства «N» у своєму складі міститиме такі методи, як: галузевий аналіз; бостонська матриця; аналіз функціональних можливостей і ресурсів; оцінювання індивідуальних характеристик конкурентів; аналіз посередників; аналіз проблем; аналіз кривої досвіду; аналіз вектора зростання; аналіз фінансових коефіцієнтів і показників; програмування стратегічних фондів.

Отже, за рейтингом найактуальніших з кожної групи методів оцінювання зовнішнього середовища функціонування підприємства можна сформулювати перелік методів для проведення конкурентної діагностики, що надає можливість зменшити витрати часу та коштів на проведення досліджень. Окрім того, в остаточному підсумку будуть отримані реальні дані, що необхідні для подальшого розвитку підприємства.



1.3. Особливості діагностики підприємства на різних етапах його розвитку

Окремий бізнес (підприємство), як і будь-яка інша система, процес або явище, має свій життєвий цикл, адже за законом еквіфінальності, характеризується лімітованими можливостями, які обмежують його існування у первісному вигляді певним проміжком часу. На сьогодні не існує загальноприйнятого уявлення про характер стадійності циклу розвитку підприємства. Різні автори виділяють від трьох до дев'яти етапів такого циклу. Американські дослідники виявили певну закономірність спаду і підйому в розвитку підприємств, що полягає, по-перше, в періодичності виникнення кризових ситуацій на всіх етапах життєвого циклу підприємства, а, по-друге в певній тривалості етапів спаду і підйому, що характерні для фірм малого та середнього бізнесу. Так, фаза підйому серед фірм, що досліджувалися, в середньому тривала три роки (від 1,1 до 7,7 років), а фаза падіння — 2,8 роки (від 2 до 12 років) [62].

В узагальненому вигляді розрізняють п'ять етапів життєвого циклу підприємства (зародження, становлення, розвиток, зрілість, спад та припинення діяльності), кожному з яких відповідають певні особливості фінансово-господарського стану підприємства. Ті самі показники можуть мати різні рівні й трактування їх тенденції

на окремих етапах життєвого циклу підприємства, тому акцентованість діагностики варіюється зі зміною його етапів.

Таблиця 1.9

**ВАЖЛИВІСТЬ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ
ДЛЯ ДІАГНОСТИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЙОГО ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ**

Етап життєвого циклу підприємства	Показники				
	ліквідності	фінансової стійкості	ділової активності	рентабельності	
				продажу	капіталу
Зародження	+	+			
Становлення			+		
Розвиток			+	+	
Зрілість			+	+	+
Спад та припинення діяльності	+			+	+

Етап зародження характеризується виникненням підприємства, формуванням його первісної структури, тут існує небезпека кризи, здатної знищити підприємство вже на його початку. Англійські дослідники зазначають, що до кінця другого року «доживає» не більше 20—30 % новостворених фірм [62]. Проходить процес прихованого, латентного розвитку майбутньої цілісності. Фірма, хоч ще і не склалася остаточно, але вже постачає на ринок експериментальні зразки продукції, нові ідеї, послуги, зондує ринок на предмет зростання. На цьому етапі відбувається формування стратегічного потенціалу фірми, інвестиції спрямовуються, передусім, на найвизначніші елементи стратегічного потенціалу, що здатні у найближчий час створити міцну базу конкурентоспроможності. На цій стадії фірма ще не працює на повну потужність, тому робити висновки за показниками рентабельності та ділової активності ще рано. У цей час аналітикам особливу увагу слід приділити показникам ліквідності й фінансової стійкості, а менеджерам підприємства — зосередити зусилля на їх стабілізації та покращанні.

На **етапі становлення** підприємство продовжує зростати і нарощувати обсяги операцій. У цей час також існує небезпека кризи, яка пов'язана, в основному, із зовнішніми причинами. Як показує практика, кількість невдач підприємств на цьому етапі

розвитку коливається від 40 до 80 % [62]. На стадії становлення організація продовжує зростати, що вимагає перебудови структури, диференціації й поглиблення функцій управління, підвищення ефективності діяльності, кооперації з представниками споріднених і підтримуючих галузей. Протягом цього етапу підприємство завойовує певний сегмент ринку, зміцнює ринкові позиції, напрацьовує конкурентні стратегії. До цього часу показники фінансової стійкості й ліквідності мають стабілізуватися, у протилежному разі це означає недосягнення підприємством необхідного рівня конкурентних переваг та його перебування на межі банкрутства. У такому випадку необхідним є негайне втручання на рівні перегляду місії фірми, або, як мінімум, її маркетингової стратегії. На стадії становлення керівництву особливу увагу слід приділити відстеженню й розробленню заходів, спрямованих на зростання показників ділової активності. Чим вищими є показники оборотності, тим кращі справи фірми.

На *етані розвитку* підприємство досягає стійкого положення на ринку та формує достатні конкурентні переваги. Для фірми на цьому етапі розвитку існує небезпека кризи, яка полягає в загостренні конкурентної боротьби, складності її організаційної структури тощо. Такі підприємства є найбільшими за розмірами і здійснюють значний вплив на ринкову ситуацію. Після досягнення першочергової мети (наприклад, фірма вже затвердилася на ринку, наявні достатні технологічні і фінансові можливості) керівництво, як правило, приймає рішення про здійснення подальшого розвитку за рахунок освоєння нових ринків збуту, організації нового виробництва, впровадження сучасних технологій тощо. На цьому етапі свого розвитку підприємство повинно вже мати стабільні показники оборотності. Крім того, у цей час у зоні особливої уваги знаходяться показники прибутковості, причому найважливішим показником є рентабельність продажу, адже відтепер комерційна організація починає відпрацьовувати основне своє завдання — забезпечувати отримання достатнього прибутку своїм власникам. На попередніх стадіях рентабельність могла бути й не досить високою, адже виробництво тільки проходило фазу становлення, однак якщо фірма досягла етапу зростання, то вона вийшла на стабільний рівень і повинна закріплювати свої успіхи, найважливішою характеристикою яких є показники прибутковості. Акцент аналізу слід змістити на коефіцієнти рентабельності всіх напрямів діяльності (основна й операційна, фінансова, інвестиційна діяльність).

Етап зрілості — це стан фірми, коли більшість важливих показників діяльності починають погіршуватись, а розвиток, що ро-

зуміється як подальше вдосконалювання, втрачає зміст. Структура підприємства має тенденцію до спрощення, згортання, а вирості і зміцнілі конкуренти виборюють більші частки ринку і є ефективнішими. На цій стадії виникає необхідність розроблення і вчасного впровадження нової парадигми господарювання. Така необхідність може спричинювати зміну місії фірми, принципів і концептуальних засад функціонування, повне її перепрофілювання, диверсифікацію та зміну сфер діяльності, перехід на обслуговування нових стратегічних зон господарювання, зміну джерел і напрямів отримання фінансових, кадрових, матеріальних і нематеріальних ресурсів тощо. На етапі зрілості важливо відстежувати інвестиційну діяльність підприємства, що вимагає поглибленого аналізу рентабельності капіталу. Особливої уваги вимагатиме аналіз рентабельності функціонуючого капіталу, що дає найповніше уявлення про прибутковість виробничої діяльності.

На *етапі спаду* та *припинення діяльності* відбувається остаточне руйнування конкурентних переваг підприємства, а в разі несвоєчасного вжиття заходів з перепрофілювання та диверсифікації діяльності і його ліквідація. На цій стадії підприємство займається випуском продукції або частково застарілої, або такої, що має обмежений попит у рамках лише національного чи регіонального ринку. Такі фірми розпадаються у зв'язку з неможливістю ефективного функціонування або ж здійснюють глибокі трансформаційні перетворення: докорінно змінюють профіль діяльності, що передбачає заміну власників, керівництва, застарілих технологічних процесів, зміну персоналу тощо. Фінансова діагностика у цей період робить акцент на показники ліквідності та рентабельності, за результатами детального дослідження яких обґрунтовуються висновки про доцільність або неможливість продовження діяльності суб'єкта господарювання.

Резюме теми

Бізнес-діагностика підприємства як інструмент контролю та планування, створює зворотний зв'язок у постійному циклі управлінських рішень. Саме діагностика є процесом розпізнавання й визначення негативних (кризових) явищ у діяльності підприємства на основі визначених локальних змін, установлених

тенденцій, а також особливо помітних явищ поточної підприємницької діяльності. Метою бізнес-діагностики є системне оцінювання ефективності господарської діяльності підприємства та визначення факторів, що справляють позитивний чи негативний вплив на неї.

Система бізнес-діагностики підприємства базується на єдності концепції, підходів, принципів, механізмів і конкретних алгоритмів постійного простежування цільових точок соціально-економічної системи підприємства. Найважливішими класифікаційними ознаками бізнес-діагностики підприємства є: мета та охоплення об'єкта дослідження (експрес-діагностика, комплексна та проблемно-орієнтована діагностика), характер дослідження (етіологічна та симптоматична), суб'єкт здійснення (внутрішньокорпоративна та зовнішня), розробник та обов'язковість використання (офіційна та авторська), функціональна сфера дослідження (економічна, технічна, юридична, маркетингова, управлінська), а також частота здійснення (регулярна, епізодична).

Бізнес-діагностика підприємства виконує такі функції: інформаційну, аналітичну, стимулювальну, ідентифікаційну, попереджувальну, антикризову, регулювальну, симптоматичну та консультативно-дорадчу.

До найважливіших принципів бізнес-діагностики відносять: інтегрованість у загальну систему аналізу; науковий характер досліджень; комплексність; системність; об'єктивність; конкретність; точність; активність; своєчасність; ефективність. Залежно від характеру дослідження розрізняють етіологічну та симптоматичну діагностику. Перша побудована за принципом «від причини до симптому», друга фіксує позитивні чи негативні вияви різноманітних чинників, а потім досліджує їх причинно-наслідкові зв'язки.

Здійснення діагностики підприємства має таку послідовність етапів: ідентифікація мети та завдань діагностики; вибір методології, прийомів та інструментарію діагностики; побудова системи діагностичних індикаторів і їх критеріїв; визначення переліку необхідних даних щодо зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства; опрацювання інформаційних джерел і формування упорядкованих масивів вихідних даних; обробка масиву даних з метою виявлення стану діагностованого підприємства; встановлення діагнозу-висновку про стан, проблеми та перспективи розвитку підприємства; розроблення пропозицій, спрямованих на ліквідацію виявлених проблем і використання потенційних можливостей.

Бізнес-діагностика підприємства потребує належного ресурсного забезпечення, зокрема кадрового, інформаційного, технічного та програмного.

Бізнес-діагностика підприємства має свою специфіку залежно від стадії життєвого циклу досліджуваного підприємства. Ця специфіка виявляється в акцентуванні на окремих аспектах фінансово-майнового стану та різних критеріях оцінювання ефективності функціонування суб'єкта господарювання.



Питання для самоконтролю

- 1. У чому полягає сутність бізнес-діагностики підприємства?*
- 2. Назвіть основні класифікаційні ознаки та відповідні їм різновиди бізнес-діагностики підприємства.*
- 3. Які функції виконує діагностика в системі управління підприємством?*
- 4. Які основні завдання бізнес-діагностики підприємства?*
- 5. Назвіть типові цілі бізнес-діагностики підприємства залежно від зацікавлених осіб.*
- 6. Яка послідовність і зміст етапів діагностики підприємства?*
- 7. Які особливості бізнес-діагностики підприємства на різних етапах його розвитку?*



Тестові запитання

- 1. Залежно від характеру дослідження фінансово-господарської діяльності підприємства виділяють:*
 - a) зовнішню і внутрішню діагностику;*
 - b) симптоматичну та етіологічну діагностику;*
 - c) кластерну та трендову діагностику;*
 - d) локальну та загальну діагностику;*
 - e) комплексну та локальну діагностику.*

2. Вид діагностики, який передбачає поглиблене дослідження окремого напрямку (сфери) діяльності або розв'язання пріоритетної фінансової проблеми підприємства, має назву ...

- a) симптоматична діагностика;
- b) експрес-діагностика;
- c) комплексна діагностика;
- d) етіологічна діагностика;
- e) проблемноорієнтована діагностика.

3. Вид діагностики, орієнтований на фіксацію позитивних чи негативних проявів різноманітних чинників та ідентифікацію їх причинності, має назву ...

- a) локальна діагностика;
- b) етіологічна діагностика;
- c) симптоматична діагностика;
- d) кластерна діагностика;
- e) проблемноорієнтована діагностика.

4. SWOT-аналіз належить до групи ...

- a) методів фінансового аналізу;
- b) методів аналізу зовнішнього середовища;
- c) методу аналізу споживачів;
- d) стратегічних аналітичних методів.

5. STEP-аналіз слід віднести до групи ...

- a) методів фінансового аналізу;
- b) методів аналізу зовнішнього середовища;
- c) методу аналізу споживачів;
- d) стратегічних аналітичних методів.

6. Етап, на якому підприємство досягає стійкого положення на ринку та формує достатні конкурентні переваги, а основні небезпеки зумовлені загостренням конкурентної боротьби має назву ...

- a) зародження;
- b) становлення;
- c) розвиток;
- d) зрілість.

7. На етапі зародження бізнесу найважливішими є показники

- a) ліквідності;
- b) ділової активності;

- c) фінансової стійкості;
- d) рентабельності.

8. На стадії життєвого циклу «розвиток» основна увага приділяється показникам

- a) ліквідності;
- b) ділової активності;
- c) фінансової стійкості;
- d) рентабельності.

9. Етап життєвого циклу, на якому структура бізнесу має тенденцію до спрощення, згортання, а конкуренти збільшують частки ринку і є ефективнішими, має назву

- a) зародження;
- b) становлення;
- c) розвиток;
- d) зрілість.

10. На стадії життєвого циклу «становлення» найважливішими є показники

- a) ліквідності;
- b) ділової активності;
- c) фінансової стійкості;
- d) рентабельності.

«Особливим хистом є вміння бачити за цифрами складний світ економіки у її взаємозв'язках і гармонії»

I. Штеммлер

Тема

2

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІАГНОСТИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ключові поняття і терміни

- інформація;
- джерело інформації;
- база даних;
- бухгалтерська звітність;
- дані управлінського обліку

2.1. Інформаційні джерела для проведення бізнес-діагностики підприємства.

2.2. Методи пошуку та первинної обробки аналітичної інформації.

Вивчивши матеріал цієї теми, ви будете **знати**:

- ✓ сутність і вимоги до інформації, необхідної для здійснення бізнес-діагностики підприємства;
- ✓ види інформаційних джерел та орієнтовні місця їх розміщення;
- ✓ зміст основних нормативних форм бухгалтерської звітності та державних статистичних спостережень;
- ✓ сутність базових методів пошуку та опрацювання аналітичної інформації, а також **уміти**:
- ✓ формувати сукупність інформаційних джерел, необхідних для здійснення бізнес-діагностики підприємства;

- ✓ здійснювати пошук необхідної нормативно-правової та економічної інформації щодо середовища функціонування цільового підприємства;
- ✓ виконувати групування та первинну обробку отриманої інформації.



2.1. Інформаційні джерела для проведення бізнес-діагностики підприємства

Інформація є одним з вирішальних факторів, що значною мірою впливає на ефективність діяльності підприємства. Наявність ряду специфічних рис інформаційного ресурсу обумовлює його особливу роль серед традиційних факторів — праці, землі, капіталу та підприємницьких здібностей. Будучи самостійним ресурсом, інформація одночасно є інтегративним чинником господарювання, елементи якого містить кожен з продуктивних факторів, слугує критерієм їх якості та умовою ефективного функціонування і взаємодії.

Інформація — абстрактне поняття, що має різні значення залежно від контексту. Походить від латинського «*informatio*», яке має кілька значень:

- ✓ роз'яснення; виклад фактів, подій; витлумачення;
- ✓ подання, поняття;
- ✓ ознайомлення, просвіта.

Під інформацією вітчизняне законодавство [12, с. 1] розуміє документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі. При цьому виділяються [12, с. 18—25] такі дев'ять основних видів інформації:

- *статистична інформація* — це офіційна документована державна інформація, яка дає кількісну характеристику масових явищ і процесів, що відбуваються в економічній, соціальній, культурній та інших сферах життя. Система статистичної інформації, її джерела і режим визначаються Законом України «Про державну статистику» та іншими правовими актами в цій галузі;

- *адміністративна інформація (дані)* — це офіційні документовані дані, що дають кількісну характеристику явищ і процесів, які відбуваються в економічній, соціальній, культурній, інших сферах життя і збираються, використовуються, поширюються та

зберігаються органами державної влади (за винятком органів державної статистики), органами місцевого самоврядування, юридичними особами відповідно до законодавства з метою виконання адміністративних обов'язків і завдань, що належать до їх компетенції;

- *масова інформація* — це публічно поширювана друкована (періодичні та разові видання) та аудіовізуальна (радіомовлення, телебачення, кіно, звукозапис, відеозапис) інформація;

- *інформація про діяльність державних органів влади та органів місцевого самоврядування* — це офіційна документована інформація, яка створюється в процесі поточної діяльності законодавчої, виконавчої та судової влади, органів місцевого самоврядування. Основними джерелами цієї інформації є: законодавчі акти України, інші акти, що приймаються Верховною Радою та її органами, акти Президента України, підзаконні нормативні акти, ненормативні акти державних органів, акти органів місцевого самоврядування, а також документи, підготовлені у процесі здійснення регуляторної діяльності;

- *правова інформація* — це сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про право, його систему, джерела, реалізацію, юридичні факти, правовідносини, правопорядок, правопорушення і боротьбу з ними та їх профілактику тощо. Джерелами правової інформації є Конституція України, інші законодавчі і підзаконні нормативні правові акти, міжнародні договори та угоди, норми і принципи міжнародного права, а також ненормативні правові акти, повідомлення засобів масової інформації, публічні виступи, інші джерела інформації з правових питань;

- *інформація про особу* — це сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про особу. Основними даними про особу (персональними даними) є: національність, освіта, сімейний стан, релігійність, стан здоров'я, а також адреса, дата і місце народження. Джерелами документованої інформації про особу є видані на її ім'я документи, підписані нею документи, а також відомості про особу, зібрані державними органами влади та органами місцевого самоврядування в межах своїх повноважень. Забороняється збирання відомостей про особу без її попередньої згоди, за винятком випадків, передбачених законом. Кожна особа має право на ознайомлення з інформацією, зібраною про неї;

- *інформація довідково-енциклопедичного характеру* — це систематизовані, документовані або публічно оголошені відомості про суспільне, державне життя та навколишнє природне середовище. Основними джерелами цієї інформації є: енциклопедії, слов-

ники, довідники, рекламні повідомлення та оголошення, путівники, картографічні матеріали тощо, а також довідки, що даються уповноваженими на те державними органами та органами місцевого самоврядування, об'єднаннями громадян, організаціями, їх працівниками та автоматизованими інформаційними системами;

- *соціологічна інформація* — це документовані або публічно оголошені відомості про ставлення окремих громадян і соціальних груп до суспільних подій та явищ, процесів, фактів. Основними джерелами соціологічної інформації є документовані або публічно оголошені відомості, в яких відображено результати соціологічних опитувань, спостережень та інших соціологічних досліджень;

- *податкова інформація* — сукупність відомостей і даних, що створені або отримані суб'єктами інформаційних відносин у процесі поточної діяльності і необхідні для реалізації покладених на контролюючі органи завдань і функцій.

Інформація може бути класифікована й за багатьма іншими ознаками, у тому числі за такими, що наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

ОКРЕМІ РІЗНОВИДИ ІНФОРМАЦІЇ

Класифікаційна ознака	Різновид інформації
1. Рецептори сприйняття	<ul style="list-style-type: none"> • візуальна — сприймається органами зору; • аудіальна — сприймається органами слуху; • тактильна — сприймається тактильними рецепторами; • нюхова — сприймається нюховими рецепторами; • смакова — сприймається смаковими рецепторами
2. Форма подання	<ul style="list-style-type: none"> • текстова — інформація, яка подається у вигляді символів, призначених позначати лексеми мови; • числова — інформація, яка подається у вигляді цифр і знаків, що позначають математичні дії; • графічна — інформація, що подається у вигляді зображень подій, предметів, графіків; • звукова — інформація, що подається усно або у вигляді запису лексем мови аудіально
3. Цільова аудиторія	<ul style="list-style-type: none"> • масова — інформація, яка містить тривіальні відомості і оперує рядом понять, зрозумілими більшій частині суспільства; • спеціальна — інформація, що містить специфічну низку понять і відомостей, які можуть бути незрозумілими основній масі суспільства, але необхідні і зрозумілі в рамках вузької його групи, де використовується ця інформація; • особиста — сукупність відомостей про яку-небудь особу, що визначає соціальний стан і типи соціальних взаємодій всередині популяції

Класифікаційна ознака	Різновид інформації
4. Сутність інформації	<ul style="list-style-type: none"> • контекстно-незалежна інформація, що як явище виникає у приймачі у вигляді фактографічної інтерпретації вхідного сигналу (власне кажучи його тотожне відображення) чи у вигляді визначеної алгоритмічної інтерпретації сигналу (перетворення вхідного сигналу за задалегідь введеними, відомими і визначеними правилами); • контекстно-залежна інформація, що як явище виникає в інтелектуальному суб'єкті у вигляді процесу породження будь-якої сукупності трактувань вхідного сигналу (абстрактні аналогії, що навіть суперечать змісту повідомлення, евристики, здогаду, відкриття і т. д.), що задалегідь можуть бути невідомі
5. Призначення	<ul style="list-style-type: none"> • одноцільова — інформація, що пов'язана з однією конкретною проблемою; • багатоцільова — інформація, яку використовують при розв'язанні кількох різних проблем
6. Можливість зберігання	<ul style="list-style-type: none"> • фіксована — інформація, що може зберігатися практично безстроково і не зазнає при цьому переключень; • нефіксована інформація, яка використовується в момент отримання і також може зберігатися деякий час, але при цьому поступово переключується й зникає
7. Ступінь готовності до використання	<ul style="list-style-type: none"> • первинна — сукупність одержаних безпосередньо з джерела несистематизованих даних, які містять багато зайвого і непотрібного; • проміжна — інформація, що складається з відомостей, які попередньо профільтовані й систематизовані; • остаточна — інформація, яка дає можливість безпосередньо приймати рішення
8. Джерело походження	<ul style="list-style-type: none"> • внутрішня інформація — це дані, які збирають та аналізують на підприємстві і фіксують у вигляді нормативних бухгалтерських і статистичних звітів, даних управлінського обліку; • зовнішня опублікована інформація про стан зовнішнього середовища підприємства (про ринок та його інфраструктуру, поведінку покупців і постачальників, дії конкурентів, заходи державного регулювання тощо). Така інформація міститься в періодичних виданнях, довідниках, Інтернеті
9. Ступінь надійності	<ul style="list-style-type: none"> • достовірна інформація; • ймовірна інформація

Класифікаційна ознака	Різновид інформації
10. Режим доступу	<ul style="list-style-type: none"> • відкрита інформація; • інформація з обмеженим доступом, що за своїм правовим режимом поділяється на конфіденційну і таємну. Конфіденційна інформація — це відомості, які знаходяться у володінні, користуванні або розпорядженні окремих фізичних чи юридичних осіб і поширюються за їх бажанням відповідно до передбачених ними умов. До таємної належить інформація, що містить відомості, які становлять державну та іншу передбачену законом таємницю, розголошення якої завдає шкоди особі, суспільству і державі

Найважливішими, з практичного погляду, властивостями інформації є:

- цінність, що визначається забезпеченням можливості досягнення мети, поставленої перед одержувачем інформації;
- об'єктивність — незалежність інформації від думки та свідомості будь-якої особи, а також від методів її отримання;
- повнота — мінімальний, але достатній для прийняття правильного рішення обсяг даних;
- достовірність — відповідність отриманої інформації об'єктивній реальності навколишнього світу. У цій властивості виокремлюють безпомилковість та істинність даних, а також адекватність. Під безпомилковістю розуміють властивість даних не мати прихованих випадкових помилок. Випадкові помилки в даних обумовлені, як правило, неумисними спотвореннями змісту людиною чи збоями технічних засобів при обробці даних в інформаційній системі;
- актуальність — це міра відповідності цінності та достовірності інформації поточному часу (певному часовому періоду);
- старіння — головною причиною старіння інформації є не сам час, а поява нової інформації, з надходженням якої попередня інформація виявляється неправильною, перестає адекватно описувати явища та закономірності матеріального світу, людського спілкування та мислення;
- розсіювання — існування інформації у багатьох джерелах;
- конфіденційність інформації — властивість інформації, яка полягає в тому, що інформація не може бути отримана неавторизованим користувачем і (або) процесом. Конфіденційність інфор-

мації зберігається, якщо дотримуються встановлених правил ознайомлення з нею.

Управлінська інформація — це сукупність повідомлень про стан і процеси, що відбуваються всередині фірми або в її середовищі та є основою прийняття управлінських рішень. Інформацією обмінюються у процесі нарад, зборів, зустрічей, бесід, переговорів, прийому відвідувачів, складання і читання різних документів тощо. Насамперед, розглянемо вимоги до якості інформації, що використовуються у процесі діагностики діяльності підприємств. Ці вимоги прийнято ділити на основні і другорядні. До основних вимог відносяться:

- значущість (цінність) для користувача інформації;
- надійність.

Вимога значущості інформації для користувача включає такі три показники:

- своєчасність, яка означає, що інформація повинна надходити до користувача «свіжою», тобто не застарілою, у іншому разі вона перестане відбивати реальний стан підприємства;

- прогностична цінність, тобто здатність інформації бути основою для надійного пророкування подальших перспектив роботи підприємства;

- цінність зворотного зв'язку, що дає можливість користувачу інформації установити, наскільки правильні були зроблені раніше оцінки перспектив роботи компанії.

Надійність фінансової інформації означає адекватне відображення нею економічних реалій діяльності підприємства. Детальніше надійність фінансової інформації означає:

- ✓ вірогідність опису діяльності підприємства, тобто фінансова інформація повинна відбивати економічну сутність операцій підприємства, а не їх формальну сторону;

- ✓ здатність бути перевіреною, тобто забезпечення можливості проведення аудиторських перевірок звітності аж до перевірки вірогідності первинних документів;

- ✓ нейтральність (неупередженість) звітності, тобто відсутність у її укладачів наміру схилити її користувачів до визначеного рішення, наприклад, продажу частини активів.

До додаткових вимог належать:

- порівнянність, що означає можливість зіставлення даних фінансової звітності про роботу конкретного підприємства з іншими даними, дібраними за широким колом ознак;

- сталість, що забезпечує дотримання тих самих процедур складання звітності в рамках одного облікового періоду (року),

тобто підприємство не має права змінювати, наприклад, процедуру обліку товарно-матеріальних запасів посередині облікового періоду.

Основними носіями необхідної інформації можуть бути:

1. Державні органи:

✓ органи державної податкової служби можуть бути постачальником даних щодо державної реєстрації особи, її назви, юридичної і фактичної адреси, її коду, ідентифікаційного номера, обсягів статутного фонду та співзасновників, їх часток у статутному капіталі, наявності й місцезнаходження філій, розрахункових рахунків у банках та іншої інформації, необхідної для комплексного вивчення фігуранта;

✓ правоохоронні органи (МВС, СБУ та ін.) мають у своєму розпорядженні спеціальні бази даних («Оріон», «Скорпіон» та ін.), які містять у собі окрім загальної інформації ще й компрометуючі дані по цільових особах, у тому числі й щодо фактів притягнення до карної чи адміністративної відповідальності, зареєстрованих транспортних засобів, зброї тощо;

✓ органи державної статистики (крім інформації загальностатистичного характеру) подають особливо цінні відомості про баланс підприємства, його активи та акціонерів;

✓ до інших носіїв інформації варто віднести органи державної виконавчої влади, Державну митну службу (наявність зв'язків із закордонними партнерами, обсяги поставок, експортно-імпорتنі операції тощо), Антимонопольний комітет, Товариство захисту прав споживачів тощо.

Слід зазначити, що використання інформації державних органів через їх велику кількість, а також тривалість обробки інформації, здійснюється виходячи з поставлених завдань і наявності обмежених можливостей.

2. Комерційні структури — організації та спеціалізовані фірми, що надають комерційну інформацію (рейтингові агентства, маркетингові, юридичні компанії, торгово-промислові палати, інформаційні агентства, науково-дослідні інститути, банки, постачальники, споживачі та інші контрагенти) можуть бути цінним джерелом важливої інформації комерційного й особистого характеру.

3. Фізичні особи (діючі або колишні співробітники цільового підприємства, родичі, друзі, знайомі й інші, у т.ч. неформальні або приховувані (наприклад — коханка).

Наведене коло джерел інформації не є вичерпним, у зв'язку з чим, виходячи з поставлених завдань, у процесі пошуку необхід-

ної інформації можуть бути залучені й інші як фізичні, так і юридичні особи.

Визначальне значення для забезпечення комплексної діагностики підприємства має питання ідентифікації документальних джерел первинної інформації про підприємство та його цільову галузь. Документальними джерелами для здійснення комплексної діагностики підприємства є маркетингові дослідження цільового ринку опубліковані у галузевих бюлетенях, економічній періодиці, нормативна та статистична інформація державних органів, розміщена на офіційних веб-сайтах та у спеціальних довідниках, інформація з Інтернет-сторінок окремих підприємств, презентації, семінари, виставки, конференції (наукові доповіді, тези, аналітичні довідки, науково-технічна документація тощо), матеріали внутрішнього управлінського обліку, бізнес-плани, а також нормативна звітність підприємства.

Зовнішньому стосовно підприємства досліднику найчастіше є доступними дані з нормативної звітності підприємства. Основні форми нормативної звітності вітчизняних підприємств, а також перелік даних, що містяться в них, відображено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

**ПЕРЕЛІК ОСНОВНИХ НОРМАТИВНИХ
ФОРМ ЗВІТНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Назва джерела	Перелік даних
Форма № 1 «Баланс»	вартісна оцінка наявного у підприємства майна та джерел його формування за групами
Форма № 2 «Звіт про фінансові результати»	обсяги доходів та витрат, фінансового результату діяльності підприємства за період; обсяги і структура операційних витрат; акціонерні товариства подають кількість акцій і виплачені дивіденди
Форма № 3 «Звіт про рух грошових коштів»	Рух коштів від операційної, інвестиційної, фінансової діяльності та надзвичайних подій
Форма № 4 «Звіт про власний капітал»	зміни у складі власного капіталу підприємства протягом звітного періоду
Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва	вартісна оцінка наявного у суб'єкта малого підприємництва майна та джерел його формування за групами; обсяги доходів, витрат та фінансового результату діяльності

Продовження табл. 2.2

Назва джерела	Перелік даних
Форма державного статистичного спостереження (далі ФДСС) «Звіт про фінансові результати» № 1-Б	обсяги фінансових результатів, розрахунки та структура заборгованості з нерезидентами
ФДСС № 1 — підприємництво	узагальнені дані щодо обсягу та структури операційних витрат по реалізованій продукції, кількості працівників та оплати їх праці, валових капітальних інвестицій, здійснених у звітному році, витрат на інновації та інформатизацію тощо
ФДСС №1 П-НПП «Звіт про виробництво промислової продукції»	натуральні і вартісні обсяги виробництва промислової продукції, в тому числі з давальницької сировини, за рік
ФДСС № 1-П «Терміновий звіт про виробництво промислової продукції (товарів, послуг) за видами»	обсяги виробництва валової та готової продукції, залишки готової продукції
ФДСС № 1-послуги «Звіт про обсяги реалізованих послуг»	обсяг, напрями та види реалізованих послуг; кількість працівників підприємства та фонд їх оплати праці за звітний рік
ФДСС № 1-кб «Звіт про виконання будівельних робіт»	вартісні обсяги виконаних та реалізованих будівельних робіт за видами та середня чисельність працівників, зайнятих у будівництві
ФДСС № 1-споживання (річна) «Обстеження споживання продуктів та послуг у виробництві продукції (робіт, послуг)»	обсяги спожитих матеріальних витрат, вартість послуг сторонніх організацій
ФДСС № 1-ціни (пром) «Звіт про ціни виробників промислової продукції»	перелік і відпускні ціни реалізованих продуцентом товарів
ФДСС № 1-ціни (послуги) «Звіт про ціни підприємств-виробників послуг»	перелік і відпускні ціни реалізованих послуг, а також специфіка ціноутворення
ФДСС № 1-ПВ (місячна) «Звіт з праці»	чисельність працівників і параметри оплати їхньої праці, заборгованість перед працівниками по заробітній платі та допомозі із соціального страхування

Продовження табл. 2.2

Назва джерела	Перелік даних
ФДСС № 1-ПВ (квартальна) «Звіт з праці»	чисельність і рух персоналу на підприємстві; показники використання робочого часу штатних працівників; обсяг і структура фонду оплати праці та інших виплат персоналу; розподіл працівників за розміром зарплати; чисельність і фонд оплати праці окремих категорій персоналу; показники стану укладання колективних договорів (угод); витрати на утримання робочої сили, що не входять до складу фонду оплати праці
ФДСС № 1-ПВ (умови праці) «Звіт про стан умов праці, пільги та компенсації за роботу із шкідливими умовами праці»	стан умов праці; пільги та компенсації за роботу із шкідливими умовами праці та за особливий характер праці
ФДСС № 6-ПВ (річна) «Звіт про кількість працівників, їхній якісний склад та професійне навчання»	чисельність і структура персоналу (за повнотою робочого часу, віком, освітою); показники професійної підготовки кадрів на виробництві; показники підвищення кваліфікації кадрів
ФДСС № 1-РС «Звіт про витрати на утримання робочої сили»	середня чисельність штатного персоналу, сумісників, працівників, що виконували роботу за договорами цивільно-правового характеру; обсяги відпрацьованого часу за наведеними категоріями; величина та структура витрат підприємства на утримання робочої сили
ФДСС № 11-ОЗ «Звіт про наявність та рух основних засобів, амортизацію (знос)»	вартісні обсяги наявності, руху, амортизації та структури основних засобів підприємства
ФДСС № 2-Б «Звіт про випуск, розміщення та обіг цінних паперів»	вартість випуску, розміщення та повторної реалізації цінних паперів підприємства
ФДСС № 2-інвестиції	обсяги та структура інвестицій за об'єктами вкладання, видами економічної діяльності, джерелами фінансування
ФДСС № 13-зез «Звіт про інвестиції з України в економіку країн світу»	обсяги, напрями та об'єкти прямих і портфельних інвестицій підприємств-резидентів за кордон

Назва джерела	Перелік даних
ФДСС № 1-інновація «Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства»	характер та вартість здійснення інноваційної діяльності; перелік та вартісні обсяги виробництва інноваційної продукції; перелік впроваджених інноваційних процесів діяльності
ФДСС № 1-ІП «Звіт підприємства про реалізацію інвестиційного проекту в спеціальній (вільній) економічній зоні або на території пріоритетного розвитку»	фактичні та заплановані параметри інвестиційного проекту: обсяги і структура інвестицій, напрями та об'єкти капіталовкладень, результати та розрахунки з бюджетом

Слід зазначити, що назви і зміст форм нормативної статистичної звітності досить часто змінюється. Перелік, а також бланки та інструкції щодо заповнення актуальних форм державних статистичних спостережень наводяться на офіційному сайті Державного комітету статистики України — www.ukrstat.gov.ua, а також його регіональних відділень у розділі «Альбом статистичних спостережень» на відповідний рік.



2.2. Методи пошуку, групування та первинної обробки аналітичної інформації

Пошук інформації є процесом ідентифікації у певній сукупності документів необхідних даних, що відповідають визначеним умовам. У загальному вигляді процес пошуку необхідної інформації складається з таких чотирьох етапів:

- ✓ визначення (уточнення) інформаційної потреби і формулювання інформаційного запиту;
- ✓ ідентифікація сукупності можливих носіїв інформаційних масивів (джерел);
- ✓ здобування інформації з виявлених інформаційних масивів;
- ✓ ознайомлення з отриманою інформацією та оцінювання результатів пошуку.

У ході інформаційного процесу дані перетворюються з одного виду на інший за допомогою певних методів. Обробка даних містить багато різних операцій, основними з яких є:

- збір даних — нагромадження даних з метою забезпечення повноти тієї чи іншої інформації для прийняття рішень;

- формалізація даних — зведення даних, здобутих із різних джерел, до однакової форми з метою зробити їх порівнянними;
- фільтрація даних — відсіювання зайвих (таких, в яких немає потреби під час прийняття рішень) даних. При цьому має знижуватись рівень «шуму» і зростати достовірність та адекватність даних;
- сортування даних — впорядкування даних за деяким критерієм з метою їх якомога зручнішого використання;
- архівування — організація зберігання даних у зручній, компактній формі з метою зниження економічних витрат на зберігання та підвищення надійності інформаційної системи (ІС);
- захист — комплекс дій, спрямованих на запобігання втратам, модифікації або несанкціонованому доступу до даних та їх тиражуванню;
- транспортування — приймання та передавання даних між віддаленими учасниками інформаційного процесу;
- перетворення даних — тобто зміна форми або структури даних. Перетворення може бути пов'язане зі зміною типу фізичного носія. Наприклад, у результаті сканування дані, що містяться на паперовому носії, набувають електронної форми. Перетворюють дані передусім з метою їх транспортування. Так, для передавання цифрових даних за допомогою телефонних мереж необхідно перетворити їх до аналогового вигляду за допомогою спеціального пристрою — модема.

До основних методів збирання первинної інформації належать:

- опитування — процес збирання первинної інформації, спрямований на з'ясування знань, поглядів, переваг споживачів та особливостей поведінки носіїв. Може бути здійснено у вигляді інтерв'ювання чи анкетування (телефонне, поштове, комп'ютерне — через Інтернет);
- спостереження — процес особистого чи механічного збирання первинної інформації за допомогою обліку поведінки об'єктів, за якими спостерігають.
- експеримент — процес лабораторного або в реальних умовах отримання інформації про взаємозв'язки між залежними чи незалежними змінними.

Основними методами неофіційного пошуку інформації є:

- 1) негласні, у тому числі зашифровані (без вказівки реальної мети) опитування або бесіди з потенційними джерелами інформації;
- 2) проведення заходів за місцем функціонування суб'єкта господарювання або за місцем проживання розроблюваної особи (здійснюється за допомогою зашифрованого відвідування (наприклад, під виглядом потенційного покупця), де в процесі без-

посереднього візуального спостереження, бесід, вивчення документів (типових договорів, прайсів тощо) отримується інформація комерційного й особистого характеру;

3) негласне візуальне спостереження за приміщеннями офісів, розроблюваними особами; використання спеціальних технічних засобів прослуховування приміщень, негласне зняття інформації з каналів зв'язку, офісної і комп'ютерної техніки та інше;

4) так звані «оперативні закупівлі» товарів, надання послуг;

5) проведення анкетування співробітників фірми під виглядом маркетингових досліджень;

6) залучення до таємного співробітництва (вербування) співробітників фірми або упровадження свого джерела інформації (як правило, до такого співробітництва залучаються особи, що мають доступ до конфіденційної інформації — адміністративний апарат, бухгалтерія, облікові працівники), але також може бути використаний і технічний персонал — наприклад прибиральниця, що, маючи доступ у службові приміщення офісу, «знайомиться» з документами, діловими паперами, залишеними на робочих місцях, вивчає так зване «сміття» — чернетки, записки тощо;

7) моніторинг ЗМІ, Інтернету, що дозволяє отримати різну інформацію, починаючи від того, що випускається, або реалізованої продукції, до вакансій на розроблюваному підприємстві;

8) вжиття заходів методом так званого «особистого розшуку» — тобто комплексу заходів (опитування, спостереження, негласний огляд) у місцях функціонування суб'єкта, реалізації його продукції, при проведенні виставок, конференцій, семінарів тощо.

Обробка інформації — вся сукупність операцій (збирання, введення, записування, перетворення, зчитування, зберігання, знищення, реєстрація), що здійснюються за допомогою технічних і програмних засобів, включаючи обмін по каналах передачі даних. Обробку отриманих масивів інформації здійснюють аналітичні працівники підприємства. Усі працівники інформаційно-аналітичних підрозділів компаній можуть бути поділені на такі категорії:

- *предметні аналітики за напрямками*, що за завданням керівника готують структуровану інформацію для підтримки прийняття оперативних і стратегічних рішень у відносно вузькій предметній галузі, наприклад, у сфері керування персоналом підприємства;

- *системний аналітик* (може мати помічників), що за завданням керівника готує структуровану інформацію, необхідну для підтримки прийняття рішень оперативного і стратегічного харак-

теру, які вимагають системного аналізу ситуації в багатьох сферах діяльності підприємства, наприклад, стратегія переходу на випуск якісно нового виробу;

- ♦ *технічні фахівці*, що забезпечують необхідні умови роботи телекомунікаційного і комп'ютерного обладнання, підтримують бази даних, інформаційну безпеку і т.д.

Важливою передумовою підвищення ефективності обробки інформаційних масивів є застосування спеціалізованого програмного забезпечення, яке може включати:

- ♦ *OLAP (On-Line Analytical Processing)* — засоби оперативної аналітичної обробки інформації, призначені для підтримки процесу прийняття рішень, що допомагають аналітику відповідати на запитання «Чому об'єкти, середовища і результати їхніх взаємодій є саме такими, а не іншими?». При цьому аналітик сам формує версії відносин між об'єктами й перевіряє їх на основі наявних даних у відповідних базах структурованої інформації.

- ♦ *Data Mining* — засоби «видобутку» інформації з цифрових баз даних підприємства, що аналітик може використовувати для побудови моделей, які дозволяють кількісно оцінити ступінь впливу цільових факторів. Крім того, такі засоби можуть бути корисні для побудови гіпотез про можливий характер відносин інформації з цифрових баз даних.

- ♦ *Text Mining* — засоби виявлення зв'язків між інформацією в текстових базах даних підприємства, що дають можливість аналізувати і класифікувати текстову інформацію.

- ♦ *Image Mining* — засоби для розпізнавання і класифікації різних візуальних (графічних) образів, що зберігаються в базах даних, які отримані в результаті оперативного пошуку із зовнішніх інформаційних джерел.

- ♦ *Decision Support* — засоби, призначені для підтримки прийняття рішень, які є оболонкою спеціалізованих експертних систем, що надають можливість аналітикам визначати відносини і взаємозв'язки між інформаційними структурами в базах структурованої інформації, а також прогнозувати можливі результати прийняття рішень.

- ♦ *Knowledge Discovery* — технології неформалізованого пошуку прихованих закономірностей у інформації, що базуються на новітніх технологіях формування й структурування інформаційних образів об'єктів, які найповніше відповідають принципам обробки інформації інтелектуальних об'єктів.

Крім того, існує досить розвинений ринок спеціалізованих програмних продуктів, що розробляються на замовлення аналі-

тиків, які є найзручнішими для аналізу і підготовки рішень, що відповідають рівню їхніх індивідуальних інтелектуальних здібностей, математичної та професійної освіти, а також враховують психологічні особливості сприйняття різних видів інформації як аналітиком, так і керівництвом підприємства.

Робота з великими обсягами інформації автоматизується набагато простіше, коли дані впорядковані, тобто утворюють певну структуру. Структура інформації — це те, що відбиває взаємозв'язки між її складовими (елементами). Якщо дані зберігаються в організованій формі, тобто у певний спосіб упорядковані (структуровані), то кожний елемент даних набуває нової властивості, яку можна назвати адресою, що визначає розміщення, місцезнаходження цього елемента стосовно решти.

Найпоширенішими є такі три типи структур:

- ◆ лінійні структури — це добре відомі списки. Список — найпростіша структура даних, в якій кожний елемент однозначно визначається своїм номером. Наприклад, журнал відвідування студентами занять має структуру списку, оскільки кожний студент групи зареєстрований під своїм унікальним номером. Отже, лінійні структури даних — це впорядковані структури, в яких адреса елемента однозначно визначається його номером;

- ◆ табличні структури відрізняються від лінійних тим, що елементи даних визначаються адресою комірки, яка складається не з одного параметра, а з кількох. Зокрема, для прямокутних таблиць адреса комірки визначається номером рядка та номером стовпця. Згадуваний уже журнал відвідування можна розглядати і як табличну структуру. Узагальненням двовимірних (прямокутних) таблиць є багатовимірні таблиці;

- ◆ ієрархічні структури. Дані, які важко подати у вигляді списків і таблиць, часто подають у вигляді ієрархічних структур. В ієрархічній структурі адреса кожного елемента визначається через доступ (маршрут), що веде з вершини структури до кожного елемента.

Структури у вигляді списків і таблиць найпростіші. Ними легко користуватись, а до того ж їх неважко впорядковувати. Основним методом впорядкування є сортування. Дані можна відсортувати за довільно обраним критерієм, наприклад, за абеткою, за зростанням порядкового номера тощо.

Але прості структури, незважаючи на всю їх зручність, мають певні недоліки. Передусім їх важко поновлювати, оскільки з додаванням до таких впорядкованих структур довільного елемента можуть змінюватись адреси інших елементів. Тому в системах

автоматичної обробки інформації необхідні спеціальні засоби для розв'язання цієї проблеми.

Ієрархічні структури за формою складніші, але в них не постають проблеми з оновленням даних. Їх легко розвивати, створюючи нові рівні. Недоліком ієрархічних структур є трудомісткість запису адреси елемента, зумовлена зростанням шляху доступу, а також складність їх упорядкування.

Одним з основних інструментів, необхідних для здійснення ефективної аналітичної роботи, є *бази даних*, що являють собою впорядковані масиви структурованої інформації. Основними властивостями баз даних є такі:

- ✓ предметна орієнтованість: усі дані про певний предмет збираються (звичайно з безлічі різних джерел), очищуються, узгоджуються, доповнюються, узагальнюються і подаються в єдиній, зручній для їх використання та аналізу формі;

- ✓ інтегрованість: уся інформація є взаємно узгодженою і зберігається в єдиному корпоративному сховищі;

- ✓ незмінність: дані використовуються винятково в режимі читання;

- ✓ підтримка хронології: дані хронологічно структуровані.

Залежно від ступеня деталізації і часу збереження, можна виділити такі види даних:

- ◆ поточні детальні дані;
- ◆ хронологічні (архівні) дані;
- ◆ узагальнені дані;
- ◆ метадані.

Порівняльну характеристику систем операційної та аналітичної обробки даних наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

**ПОРІВНЯННЯ СИСТЕМ ОПЕРАЦІЙНОЇ
Й АНАЛІТИЧНОЇ ОБРОБКИ**

Характеристика	Операційна обробка	Аналітична обробка
Види діяльності	оперативна, тактична	аналітична, стратегічна
Призначення	фіксація, оперативний пошук і обробка даних	робота з хронологічними даними, аналітична обробка, прогнозування і моделювання
Часовий період	сьогодення	минуле, сьогодні і майбутнє
Дані	докладні	узагальнені

Закінчення табл. 2.3

Характеристика	Операційна обробка	Аналітична обробка
Вік даних	поточні (за період до одного року)	поточні і хронологічні (за період у кілька років)
Обсяги збережених даних	сотні мегабайт, гігабайти	гігабайти і терабайти
Джерела даних	в основному внутрішні	в основному зовнішні
Частота поновлень	часто і малими порціями	рідко і великими порціями
Операції	зміна даних	аналіз даних
Транзакції	багато простих	небагато складних
Екрани	незмінні	визначаються користувачем

Можна виділити шість основних способів виявлення й аналізу взаємозв'язків між розміщеними у сховищі даними, які необхідні для побудови моделей об'єктів:

✓ *класифікація* — процес, що дозволяє: а) виявити в сховищі даних інформаційні ознаки належності об'єктів до визначених класів, заданих аналітиком; б) на основі інформації про об'єкти визначити класи, до яких вони належать;

✓ *регресійний аналіз* використовується, коли взаємозв'язки між даними, що є змінними, можна виразити кількісно у вигляді певної комбінації цих змінних. Таку комбінацію можна використовувати для наступного прогнозування на основі лінійних і нелінійних статистичних методів;

✓ *прогнозування тимчасових рядів* — дає можливість на основі аналізу поведінки тимчасових рядів оцінити майбутнє значення прогнозованих змінних;

✓ *кластерний аналіз (розпізнавання образів)* дозволяє на основі визначених критеріїв, що задаються аналітиком, розпізнати та класифікувати інформаційні образи об'єктів за ступенем їх подібності або відмінності. При цьому системи розпізнавання образів можуть бути побудовані за такими принципами:

- розпізнавання без навчання — класичний метод кластерного аналізу;
- розпізнавання з навчанням (наприклад, використання нейтронних мереж);

✓ *асоціація*, що являє собою логічний метод аналізу і прогнозу, який зводиться до використання такого правила: «якщо ста-

лася подія *A*, то з визначеним ступенем ймовірності можна твердити, що відбудеться й *B*, і навпаки», тобто вони у певний спосіб зв'язані між собою;

✓ *послідовність* є окремим різновидом асоціації, але жорсткіше визначає вектори послідовностей подій, що не можуть відбутися в протилежному напрямку.

Методологічною основою управління підприємствами на основі аналітичних технологій можна вважати теорію структурного аналізу (Structured Analysis and Design Technique — SADT), що заснована на PLEX-теоріях Дугласа Т. Росса. Вказана доктрина сформувала специфічну теорію опису соціально-економічних систем, а також озброєна потужним методичним інструментарієм, який реалізований на базі сучасного програмного забезпечення. Ця методологія використовується для розроблення організаційних структур, систем стратегічного й тактичного планування, управління фінансовими та матеріальними потоками, навчання персоналу і вирішення багатьох інших завдань.

Сьогодні широкого розповсюдження набули такі аналітичні технології дослідження діяльності підприємством, які вже реалізовані в програмному вигляді (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

**ОСНОВНІ АНАЛІТИЧНІ МЕТОДИ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ
В УПРАВЛІННІ СУЧАСНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

№	Теоретичний напрям	Методи управління
1	Функціонально-вартісний аналіз	ABC (Activity based costing) — метод визначення вартості та інших характеристик товарів на основі функцій і ресурсів, що задіяні у бізнес-процесі
		ABB (Activity based budgeting) — метод планування бюджету на основі функцій підприємства, використовується при плануванні бюджету компанії чи інвестиційного проекту та базується на принципах ABC-аналізу
		ARP (Activity resource planning) — метод планування ресурсів підприємства на основі дослідження бізнес-процесів (за методологією ABC-аналізу)
		ABM (Activity based management) — метод оперативного управління, який описує способи управління підприємством для вдосконалення бізнес-процесів і підвищення прибутковості на основі інформації ABC-аналізу

№	Теоретичний напрям	Методи управління
2	Структурно-функціональний аналіз	<p>IDEF0 — метод функціонального моделювання, де за допомогою наочної графічної мови IDEF0, досліджувана система постає перед розробниками й аналітиками у вигляді низки взаємозалежних функцій (функціональних блоків — у термінах IDEF0). Як правило, моделювання засобами IDEF0 є першим етапом вивчення будь-якої системи</p>
		<p>IDEF1 — метод моделювання інформаційних потоків усередині системи, що дозволяє відображати й аналізувати їх структуру і взаємозв'язки</p>
		<p>IDEF1X (IDEF1 Extended) — метод побудови реляційних структур. IDEF1X належить до типу методологій «сутність—взаємозв'язок» (ER-Entity-Relationship) і, як правило, використовується для моделювання реляційних баз даних, що стосуються підприємства</p>
		<p>IDEF3 — метод документування процесів системи, що використовується, наприклад, при дослідженні технологічних процесів на підприємствах. За допомогою IDEF3 описуються сценарій і послідовність операцій для кожного процесу. IDEF3 має прямий взаємозв'язок із методологією IDEF0 — кожна функція (функціональний блок) може бути подана у вигляді окремого процесу засобами IDEF3</p>
		<p>IDEF4 — метод побудови об'єктноорієнтованих систем. Засоби IDEF4 дозволяють наочно відображати структуру об'єктів і закладені принципи їх взаємодії, тим самим дозволяючи аналізувати й оптимізувати складні системи</p>
<p>IDEF5 — метод онтологічного дослідження складних систем. IDEF5 дозволяє описати онтологію системи за допомогою словника визначених термінів і правил, на підставі яких можуть бути сформовані достовірні твердження про стан аналізованої системи в певний момент часу. На основі цих тверджень формуються висновки щодо подальшого розвитку системи і провадиться її оптимізація</p>		

№	Теоретичний напрям	Методи управління
3	Моделювання	ERD — метод ідентифікації інформації та взаємозв'язків між її складовими чи об'єктами, що забезпечує деталізоване зберігання даних, ідентифікацію об'єктів аналізу, визначення властивостей цих об'єктів та опис зв'язків між ними
		IDEF2 — метод динамічного моделювання розвитку систем. У зв'язку з складнощами аналізу динамічних систем від цього стандарту практично відмовилися, і його розвиток призупинився на початковому етапі. Проте в цей час існують алгоритми та їх програмні аналоги, що дозволяють перетворювати ряд статичних діаграм IDEF0 у динамічні моделі, побудовані на базі «розфарбованих мереж Петрі» (CPN — Color Petri Nets)
		STD — метод моделювання перспективного розвитку підприємства на основі минулого досвіду господарювання та поточної ситуації

Сучасні компанії до своїх послуг мають значну кількість програмних продуктів, що не лише виконують функції бізнес-діагностики, а й є ефективними засобами підтримки прийняття господарських рішень. До найпопулярніших програмних продуктів, які використовуються з метою автоматизації:

- ✓ документообігу відносять: «I-C: Архив», «Docs Vision», «RBC Docs», «VisualDoc», «Гран Док», «ДокМенеджер» тощо;
- ✓ розрахунку збалансованих показників належать «ARIS BSC», «Crystal Decisions Balanced Scorecard», «Hyperion Performance Scorecard», «Cognos Metrics Manager» та інші;
- ✓ підтримки прийняття рішень відносять: «SIMPLAN», «IFPS», «PRIME Decisions», «Decision Grid», «XCOM», «PSY» тощо.

Резюме теми

Елементи технологічної структури бізнес-діагностики підприємства нерозривно пов'язані з інформаційною складовою, від якості якої залежить глибина і результативність аналізу. Під інформацією розуміють документовані або публічно оголошені

відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та природному навколишньому середовищі. При цьому в Україні офіційно за змістом виділяють такі її види, як статистична, адміністративна, масова, інформація про діяльність державних органів влади та органів місцевого самоврядування, правова, інформація про особу, інформація довідково-енциклопедичного характеру, соціологічна та податкова. Інформація може бути класифікована й за багатьма іншими ознаками, зокрема за рецепторами сприйняття (візуальна, аудіальна, тактильна, нюхова, смакова), формою подання (текстова, числова, графічна, звукова), цільовою аудиторією (масова, спеціальна, особиста), сутністю (контекстно-незалежна та контекстно-залежна), призначенням (одноцільова, багатоцільова), можливістю зберігання (фіксована, нефіксована), ступенем готовності до використання (первинна, проміжна, остаточна), джерелом походження (внутрішня, зовнішня), ступенем надійності (достовірна, ймовірна), режимом доступу (відкрита та інформація з обмеженим доступом) тощо.

Найважливішими, з практичного погляду, властивостями інформації є цінність, об'єктивність, повнота, достовірність, актуальність і конфіденційність.

Основними джерелами інформації для проведення бізнесдіагностики підприємства є маркетингові дослідження цільового ринку, нормативна та статистична інформація державних органів, інформація з інтернет-сторінок окремих підприємств, презентації, семінари, виставки, конференції, матеріали внутрішнього управлінського обліку, бізнес-плани, а також фінансова звітність підприємства (ф. № 1 «Баланс», ф. № 2 «Звіт про фінансові результати», ф. № 3 «Звіт про рух грошових коштів», ф. № 4 «Звіт про власний капітал» тощо), дані статистичного, бухгалтерського та оперативного обліку, планово-нормативна документація, матеріали висновки аудиторських перевірок, дані особистих спостережень тощо. Зовнішньому стосовно підприємства досліднику найчастіше є доступною інформація з нормативної звітності підприємства.

Пошук інформації є процесом ідентифікації у певній сукупності документів необхідних даних, що відповідають визначеним умовам. У загальному вигляді процес пошуку необхідної інформації складається з таких етапів, як визначення (уточнення) інформаційної потреби і формулювання інформаційного запиту; ідентифікація сукупності можливих носіїв інформаційних масивів (джерел); здобування інформації з виявлених інформа-

ційних масивів; ознайомлення з отриманою інформацією та оцінювання результатів пошуку. До основних методів збирання первинної інформації належать опитування, спостереження та експеримент.

Обробка інформації — вся сукупність операцій (збирання, реєстрація, введення, записування, перетворення, зчитування, зберігання, знищення), що здійснюються за допомогою технічних і програмних засобів, включаючи обмін по каналах передачі даних. Обробку отриманих масивів інформації здійснюють аналітичні працівники підприємства (системний аналітик, предметні аналітики за напрямками та технічні працівники).

Одним з основних інструментів, необхідних для здійснення ефективної аналітичної роботи є бази даних. Є шість основних способів виявлення й аналізу взаємозв'язків між розміщеними у сховищі даними, які необхідні для побудови моделей об'єктів, це — класифікація, регресійний аналіз, прогнозування тимчасових рядів, кластерний аналіз, асоціація та послідовність. Основними аналітичними методами, які використовуються в управлінні сучасними підприємствами, є функціонально-вартісний аналіз, структурно-функціональний аналіз і моделювання.



Питання для самоконтролю

- 1. Що таке інформація та яке її значення у діяльності підприємства?*
- 2. Які є різновиди інформації?*
- 3. Які властивості інформації є найвагомішими для дослідника?*
- 4. Які етапи передбачає процес пошуку необхідної інформації?*
- 5. Які існують основні методи збирання первинної інформації?*
- 6. Які неофіційні методи пошуку інформації можуть бути застосовані?*
- 7. У чому полягає обробка інформації та хто цим займається?*
- 8. Що таке бази даних і які їх властивості?*

9. Які є підходи до виявлення й аналізу взаємозв'язків між розміщеними у сховищі даними та у чому полягає їх сутність?

10. Які основні аналітичні методи, що використовуються в управлінні сучасними підприємствами?



Тестові запитання

1. Інформація, що складається з відомостей, які попередньо профільтовані й систематизовані, називається...

- a) контекстно-залежною;
- b) фіксованою;
- c) проміжною;
- d) достовірною;
- e) ймовірною.

2. Документовані або публічно оголошені відомості про ставлення окремих громадян і соціальних груп до суспільних подій та явищ, процесів, фактів — це ... інформація.

- a) масова;
- b) соціологічна;
- c) статистична;
- d) відкрита;
- e) контекстнонезалежна.

3. Відомості, які знаходяться у володінні, користуванні або розпорядженні окремих фізичних чи юридичних осіб і поширюються за їх бажанням відповідно до передбачених ними умов, є ... інформацією.

- a) таємною;
- b) масовою;
- c) конфіденційною;
- d) платною.

4. Впорядковані масиви структурованої інформації — це визначення ...

- a) бази даних;
- b) даних;

- c) проміжної інформації;
- d) достовірної інформації;
- e) контекстозалежної інформації.

5. *Вартісні обсяги наявного у підприємства майна та джерел його формування відображені у ...*

- a) формі № 4 «Звіт про власний капітал»;
- b) формі № 2 «Звіт про майно»;
- c) формі № 3 «Звіт про рух грошових коштів»;
- d) формі № 1 «Баланс»;
- e) формі № 2 «Звіт про фінансові результати».

6. *Інформація щодо обсягів виробництва валової та готової продукції, залишків готової продукції найповніше відображена у ...*

- a) ФДСС № 1-ПВ;
- b) ФДСС № 1-П;
- c) ФДСС № 1-РС;
- d) ФДСС № 11-ОЗ;
- e) формі № 1 «Баланс».

7. *Інформацію щодо вартісних обсягів наявності, руху, амортизації та структури основних засобів підприємства можна знайти у ...*

- a) ФДСС № 1-ПВ;
- b) ФДСС № 1-П;
- c) ФДСС № 1-РС;
- d) ФДСС № 11-ОЗ;
- e) формі № 1 «Баланс».

8. *Форма № 2 має назву ...*

- a) «Звіт про фінансові результати»;
- b) «Баланс»;
- c) «Звіт про власний капітал»;
- d) «Звіт про рух грошових коштів»;
- e) «Звіт про інвестиції».

9. *Інформацію щодо чисельності та структури персоналу підприємства відображає ...*

- a) ФДСС №1-ПВ;
- b) ФДСС № 1-П;

- c) Форма №2 «Звіт про фінансові результати»;
- d) ФДСС №11-ОЗ;
- e) форма №1 «Баланс».

10. ABC (Activity based costing) є методом ...

- a) функціонально-вартісного аналізу;
- b) структурно-функціонального аналізу;
- c) моделювання.



Практичні завдання

1. Ознайомтеся з інтернет-ресурсами www.smida.gov.ua, www.istock.com.ua, www.stockmarket.gov.ua, www.ssmc.gov.ua, www.bank.gov.ua. Сформуйте перелік інформації, що може бути отримана з цих джерел та умови її отримання.

2. Ознайомтеся з інтернет-ресурсом www.ukrstat.gov.ua. Які дані можуть бути отримані з цього джерела? Яка їх достовірність та умови отримання?

3. Створіть список джерел, з яких можна регулярно отримувати інформацію щодо загальних макроекономічних і нормативно-господарських показників економіки (рівень інфляції, офіційний курс національної валюти, мінімальний розмір заробітної плати тощо).

4. Наведіть інші загальнодоступні джерела інформації, які можуть бути використані у процесі бізнес-діагностики вітчизняного підприємства. Сформуйте перелік даних, що можуть бути отримані з таких джерел.

5. Ідентифікуйте джерела законодавчої, загальноекономічної та галузевої інформації щодо середовища господарювання у країнах, що є найбільшими торговельними партнерами України.

6. Знайдіть інформацію про діючу середню ставку позикового процента за короткостроковими та довгостроковими позиками, облікову ставку НБУ, темп інфляції за попередні два та у поточному році, динаміку офіційного та ринкового курсу гривні до основних світових валют.

7. Ознайомтеся з технологією формування базових форм бухгалтерської звітності (баланс, звіт про фінансові результати та інших) і виділіть коло ключових показників у кожній з них.



Завдання для написання дипломних робіт

- Ідентифікуйте перелік форм обов'язкової фінансово-бухгалтерської та статистичної звітності, які заповнює досліджуване підприємство.
- Визначте наявність, терміни формування та подання до відповідних органів форм обов'язкової фінансово-бухгалтерської та статистичної звітності.
- Ознайомтеся з особливостями управлінського (внутрішнього) обліку та переліком і термінами формування звітів, що готують працівники підприємства.
- Ідентифікуйте джерела отримання інформації про цільову галузь досліджуваного підприємства (галузеві вісники, бюлетені, звіти асоціацій товаровиробників, спеціалізована галузева періодика тощо).

«Проблема, якою б складною вона не була, стане ще більш складною, якщо на неї неправильно подивитись»

П. Андерсон

Тема

3

ДІАГНОСТИКА БАЗОВИХ ПАРАМЕТРІВ ПІДПРИЄМСТВА ТА РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

Ключові поняття і терміни

- *юридично-господарський статус підприємства;*
- *система управління;*
- *організаційна структура підприємства;*
- *екологічність діяльності;*
- *місткість ринку;*
- *інтенсивність конкуренції;*
- *монопольне (домінуюче) становище*

- 3.1. *Аналіз юридично-господарських параметрів підприємства.*
- 3.2. *Дослідження системи управління підприємства.*
- 3.3. *Дослідження екологічності діяльності підприємства.*
- 3.4. *Оцінювання ринкового середовища господарювання підприємства.*

Вивчивши матеріал цієї теми, ви будете **знати**:

- ✓ мету, завдання, джерела інформації та аспекти дослідження юридично-господарського статусу та екологічності діяльності підприємства;
- ✓ сутність, фактори формування та аспекти оцінювання системи управління суб'єкта господарювання;
- ✓ зміст, напрями та ключові індикатори діагностики ринкового середовища компанії,

а також *уміти*:

- ✓ визначати правовий статус, місце підприємства в економіці країни, а також досліджувати екологічні параметри діяльності та вплив на довкілля;
- ✓ діагностувати ефективність існуючої системи управління підприємства;
- ✓ оцінювати місткість цільового ринку та умови функціонування операторів на ньому, ідентифікувати монопольне становище підприємства або його конкурентів.

Напрямок і об'єкти діагностики базових параметрів підприємства та ринкового середовища його функціонування відображено на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Зміст та об'єкти діагностики базових параметрів діяльності та ринкового середовища підприємства

3.1. Аналіз юридично-господарських параметрів підприємства



Першим аспектом комплексної діагностики суб'єкта господарювання є вивчення економіко-правових засад його функціонування. Метою такого дослідження є повна детермінація підприємства у правовому полі та ідентифікація його місця в економіці країни та на цільовому ринку. Такий аналіз є визначальним, адже дає змогу досліднику правильно дібрати інформаційні джерела, оптимізувати структуру та зміст дослідження, зрозуміти логіку функціонування підприємства, а також сформулювати систему індикаторів і критерії успішності діяльності підприємства.

Інформаційними джерелами такого аналізу є загальнодержавні, галузеві та місцеві нормативно-правові акти, установчі документи підприємства (статут, установчий договір), внутрішня нормативно-регламентаційна документація (положення про структуру організації, штатний розпис), огляди цільового ринку, бізнес-плани проектів організації, публікації у засобах масової інформації тощо.

Цей аспект дослідження передбачає ідентифікацію таких параметрів суб'єкта господарювання як:

- 1) організаційно-правовий вид діяльності та форма власності;
- 2) сфери, напрями та масштаби діяльності;
- 3) територіальне розташування (юридична адреса та адреса виробничих потужностей);
- 4) ступінь підпорядкування (материнська компанія, дочірне або асоційоване підприємство) та інтегрованості (належність до асоціацій, корпорацій, концернів, промислово-фінансових груп, холдингів);
- 5) використовувані торгові марки, знаки для товарів і послуг;
- 6) наявність (відсутність) сертифікованої системи менеджменту на підприємстві або започаткування процесів щодо її формування;
- 7) наявність власної сторінки в інтернеті;
- 8) цільова галузь та ринки збуту продукції;
- 9) основні постачальники ресурсів і споживачі продукції підприємства, а також характер співпраці з ними;
- 10) наявність особливого статусу, що зумовлює відповідне правове регулювання діяльності підприємства;

11) специфічні нормативно-правові акти органів державної влади та місцевого самоврядування, які регулюють діяльність підприємства та накладають на неї певні обмеження;

12) участь у національних і міжнародних рейтингах, отримання окремих відзнак за результати діяльності тощо;

13) участь у судових процесах;

14) факти рейдерських атак на підприємство.

Виявлення реальної майнової належності підприємства дає можливість зрозуміти логіку господарювання та правильно оцінити результативність його діяльності. Так, наприклад, для державних підприємств основними цілями існування можуть бути забезпечення країни важливою продукцією (роботами, послугами) вітчизняного виробництва з заданими техніко-економічними параметрами, створення й підтримка певної кількості робочих місць для населення регіону заради забезпечення його соціально-економічної стабільності. При цьому акценти можуть бути зміщені із завдання максимізації прибутку до досягнення беззбиткового функціонування самого підприємства. Для дочірніх або інших інтегрованих суб'єктів господарювання пріоритетним, зазвичай, є завдання забезпечення ефективності діяльності головної (материнської) організації.

Аналізуючи сфери і напрями функціонування, дослідник визначає сферу діяльності (промисловість, будівництво, сільське господарство, зв'язок, сфера послуг тощо), галузеву належність підприємства, ступінь диверсифікації та масштаби його діяльності. За масштабами діяльності (обсяг річного валового доходу та чисельність працівників) чинне законодавство [1, ст. 63] виділяє такі різновиди підприємств:

➤ *малі* (незалежно від форми власності) — підприємства, в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік не перевищує 50 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не більше 70 млн грн;

➤ *великі* — середньооблікова чисельність працівників за звітний рік перевищує 250 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за рік більший за 100 млн грн;

➤ усі інші підприємства визнаються *середніми*.

Значний інтерес для дослідника має й територіальне розташування суб'єкта господарювання, що досить суттєво впливає на результативність його діяльності. Вплив цього фактора пов'язаний з просторовим розміщенням процесів розподілу праці, локалізацією матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, наявніс-

ттю та рівнем розвитку комунікацій. Крім того, важливою перевагою підприємства може бути його функціонування у межах спеціальних (вільних) економічних зон, територій пріоритетного розвитку, регіонів, де відбувається спеціальні економічні експерименти та проекти тощо.

Важливим кроком аналізу є визначення ступеня інтегрованості та кооперації діяльності суб'єкта господарювання. У цьому контексті досліднику слід визначити чи є підприємство частиною об'єднання, яку роль у ньому воно відіграє (головну чи забезпечувальну), у статутних капіталах яких підприємств бере участь, а також кількісні і якісні параметри цієї участі, з ким кооперує свою діяльність, чи має зв'язки з зарубіжними партнерами тощо.

Необхідною є також ідентифікація особливого статусу підприємства, наявність якого може передбачати специфічний порядок його створення, функціонування, реорганізації та ліквідації. Найважливіші для економіки та безпеки країни підприємства можуть отримати статус стратегічних. До підприємств, що мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави, належать передусім підприємства паливно-енергетичного комплексу, які забезпечують цілісність об'єднаної енергетичної системи України, зокрема диспетчерське (оперативно-технологічне) управління зазначеною системою, експлуатують магістральні та міждержавні електричні мережі, атомні електростанції, гідроакумуючі електростанції та гідроелектростанції (крім малих гідроелектростанцій), державне підприємство «Енергоринок», а також інші підприємства галузі, якщо частка їх продукції за основним видом діяльності на загальнодержавному ринку товару становить не менш як 20 %. Крім того, до категорії таких, що мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави, можуть бути віднесені суб'єкти господарювання державного сектору економіки, які відповідають одному або кільком таким критеріям:

1) підприємства — суб'єкти природних монополій, які провадять діяльність на загальнодержавному ринку товару;

2) підприємства, частка продукції яких на загальнодержавному ринку товару, що має важливе соціально-економічне значення, перевищує 35 %;

3) підприємства, контроль за діяльністю яких з боку держави гарантує захист громадян від наслідків впливу неконтрольованого виготовлення, використання або реалізації небезпечної продукції, послуг або небезпечних видів виробництва;

4) підприємства, які забезпечують функціонування інфраструктури загальнодержавного значення, зокрема у сфері телекомуні-

кацій та надання послуг поштового зв'язку, залізничного, автомобільного, авіаційного та морського транспорту, магістральних газо- та нафтопроводів, магістрального трубопровідного транспорту, підземних нафто- та газосховищ;

5) підприємства*, які здійснюють видобування та переробку корисних копалин загальнодержавного значення;

6) підприємства, які становлять науково-технічний потенціал країни та є виконавцями загальнодержавних цільових науково-технічних програм і державних замовлень;

7) підприємства авіаційної та ракетно-космічної промисловості;

8) підприємства, які мають значну питому вагу (понад 0,5 %) в обсязі вартості експорту товарів, робіт і послуг походженням з України;

9) підприємства, середньооблікова кількість штатних працівників яких перевищує 5 тис. осіб;

10) підприємства, які зараховуються до категорії великих платників податків за критеріями, затвердженими Державною податковою адміністрацією [17].

Крім того, до підприємств, що мають особливий статус за вітчизняним законодавством, наприклад, належать:

✓ *містоутворюючі* підприємства — юридичні особи, кількість працівників яких з урахуванням членів їх сімей складає не менше половини чисельності населення адміністративно-територіальної одиниці, у якій розташована така юридична особа, або якщо чисельність персоналу такого підприємства перевищує 5000 осіб [7, ст. 42];

✓ *особливо небезпечні*, якими можуть бути визнані підприємства вугільної, гірничодобувної, хімічної, хіміко-металургійної, нафтопереробної, інших галузей, визначених відповідними рішеннями Кабінету Міністрів України, припинення діяльності яких потребує вжиття спеціальних заходів щодо запобігання заподіянню шкоди життю та здоров'ю громадян, майну, спорудам, навколишньому природному середовищу. Особливо небезпечними підприємствами визнаються також підприємства, діяльність яких пов'язана з використанням ядерної енергії [7, ст. 43];

✓ *казенні* — підприємства, що створюються і підпорядковуються Кабінету Міністрів України і не можуть бути приватизовані [1, ст. 76];

* За умови, що це — основний вид діяльності підприємства і частка його продукції на ринку відповідних товарів в Україні становить не менш як 20 %.

✓ *великий платник податків* — юридична особа, у якої обсяг доходу від усіх видів діяльності за останні чотири послідовні податкові (звітні) квартали перевищує 500 мільйонів гривень або загальна сума сплачених до Державного бюджету України податків за платежами, що контролюються органами державної податкової служби, за такий самий період перевищує 12 мільйонів гривень [3, ст. 14];

✓ *підприємства з іноземними інвестиціями* (частка внеску іноземного інвестора до статутного фонду є не меншою 10 %) та *іноземні підприємства* (статутний фонд сформовано виключно іноземною особою) [1, ст. 63; 13, ст. 1];

✓ *суб'єкти мікропідприємництва*: а) фізичні особи-підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період рік не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України; б) юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний рік не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

✓ *суб'єкти малого підприємництва* є: а) фізичні особи-підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України; б) юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

✓ *суб'єктами великого підприємництва* є юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний рік перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро за середньорічним курсом Національного банку України;

✓ *інші суб'єкти господарювання* належать до суб'єктів *середнього підприємництва* [1, ст. 55];

✓ *особи, що мають право на спрощену систему обліку і звітності* — 3 групи фізичних осіб — підприємців та одна група юридичних осіб, середньооблікова чисельність персоналу яких не перевищує 50 осіб, а обсяг доходу — 5 мільйонів гривень [3, ст. 281—300];

✓ підприємства й організації УТОГ (Українське товариство глухих) та УТОС (Українське товариство сліпих) — юридичні особи, де інваліди становлять більш як 50 % загальної чисельності працівників в основному виробництві.

Важливою характеристикою підприємства є також його участь у судових процесах як в якості відповідача, так і позивача. Основними параметрами цього аспекту дослідження є характер позовів, їх вплив на ділову репутацію підприємства, сума позовних вимог, наявність рейдерських атак тощо.

3.2. Дослідження системи управління підприємства



Підприємство як відкрита соціально-економічна система складається з багатьох підсистем та їх елементів, ефективна взаємодія яких має забезпечуватися системою управління організації. Оцінювання системи управління, зважаючи на основні аспекти дослідження, є найменш формалізованим та найбільш суб'єктивним етапом комплексної діагностики підприємства. Дослідження системи управління вимагає особистого візиту на підприємство. Разом з тим, завдяки такому етапу дослідник отримує уявлення про логіку функціонування та внутрішнє середовище організації. Перелік основних об'єктів дослідження системи управління підприємства подано на рис. 3.2.



Рис. 3.2. Аспекти дослідження системи управління підприємства

Джерелами інформації на цій стадії діагностики є внутрішні документи суб'єкта господарювання: статут підприємства, колективний договір, схема організаційної структури, положення про підрозділи організації, довідки депозитарію та реєстратора цінних паперів, штатний розпис, посадові інструкції працівників, паспорти бізнес-процесів, бізнес-плани підприємства, сертифікати відповідності стандартам менеджменту якості, протоколи загальних зборів акціонерів тощо.

Одним із головних завдань менеджерів є встановлення цілей, заради досягнення яких формується, функціонує і розвивається організація як цілісна система. Зміна цілей діяльності організації спричинює суттєву трансформацію в усіх її сферах і підсистемах. Саме тому дослідження цільової орієнтації підприємства є початковим етапом діагностики системи управління організації. Аналізуючи завдання організації, досліджують місію підприємства, його стратегічні та загальнокорпоративні тактичні цілі, стратегію розвитку організації, функції окремих підрозділів і осіб.

Першим етапом аналізу є визначення загальносистемної мети, тобто місії підприємства. Місія суб'єкта господарювання є концентрованим вираженням ідей, що відображають сенс існування і розвитку організації. Місія має бути коротко і чітко сформульована і виражати основне призначення підприємства з погляду його значимості для зовнішнього середовища.

Згідно з місією організації мають бути вибудовані цілі її підрозділів та окремих працівників. Цільова модель організації та її системи управління подається у вигляді «дерева цілей». «Дерево цілей» має будуватися з дотриманням таких принципів:

- ✓ вершиною дерева є місія організації, на наступних рівнях виділяють цілі відповідних підрозділів або ж цілі реалізації відповідних функцій. Дерево розробляють до найменших структурних підрозділів або до елементарних функцій, дій та операцій;

- ✓ не повинно бути безпосередніх зв'язків між цілями одного рівня;

- ✓ ціль попереднього рівня досягається лише за умови виконання цілей наступного рівня.

Критеріями оцінювання цільових установок підприємства є адекватність умовам функціонування організації, чіткість формулювання, взаємо-узгодженість, досяжність тощо. При цьому стратегічне бачення керівництва має бути спрямоване на ефективне використання наявних у підприємства ресурсів для створення довгострокових конкурентних переваг на цільових ринках.

Досягнення встановлених цілей відбувається у рамках виконання елементами організації своїх функцій. Функція — це постійно повторюваний вид діяльності окремого суб'єкта. Вплив системи управління на об'єкт управління реалізується через функції управління. У економічній літературі виділяють такі види функцій управління:

1) за стадіями управлінського циклу: планування, організація, мотивація і контроль;

2) за рівнем управління: функції менеджменту та бізнес-функції об'єктів управління;

3) за сферою управління: функції управління маркетингом, управління матеріально-технічним забезпеченням, управління фінансами, управління персоналом тощо;

4) за спрямованістю: зовнішні (аналіз бізнес-середовища, співпраця з клієнтами та постачальниками) та внутрішні (бухгалтерський та управлінський облік, контроль якості продукції) тощо.

Основною метою дослідження функцій управління є визначення їх відповідності цілям і стратегії організації. Для цього вивчають:

- ✓ сукупність функцій та їх узгодженість між собою;
- ✓ повноту виконання основних функцій управління (планування, організація, мотивація і контроль);
- ✓ зміст робіт за функціями на різних рівнях управління;
- ✓ розподіл функцій за підрозділами;
- ✓ прогресивність технології та застосовуваних методів і інструментів реалізації кожної функції;
- ✓ ефективність виконання функцій з погляду досягнення встановлених цілей.

Організаційна структура є одним з основних елементів управління організацією, вона характеризується розподілом функцій, цілей і завдань управління між підрозділами та працівниками організації. *Організаційна структура* — це сукупність управлінських ланок, розміщених у певному субординаційному порядку, що забезпечує вирішення встановлених завдань і досягнення цілей. Внутрішнім вираженням організаційної структури управління є склад, співвідношення, розміщення та взаємозв'язок окремих підсистем організації.

Аналізуючи організаційну структуру, досліджують такі її параметри:

- ✓ тип організаційної структури (лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, матрична, дивізіонна тощо);

- ✓ структурні одиниці (юніти, дивізіони, департаменти, служби, відділи, посади тощо);
- ✓ ієрархія (рівень управління, підпорядкування);
- ✓ функції (структурних підрозділів, окремих посад);
- ✓ зв'язки (вертикальні, горизонтальні);
- ✓ повноваження та відповідальність;
- ✓ технічна та кадрова забезпеченість структурних одиниць.

Критеріями аналізу при цьому є:

- ◆ повнота: у схемі організаційної структури вказані усі існуючі в організації структурні одиниці, між елементами структури розподілені усі функції управління;
- ◆ узгодженість: керівництво та інші працівники однаково розуміють місце, роль і значення кожного елемента, розподіл функцій, прав і відповідальності;
- ◆ оптимальність: кількість рівнів управління організацією, кількість зв'язків у кожній структурній одиниці, кількість функцій, закріплених за структурною одиницею, адекватність масштабів окремих елементів тощо;
- ◆ однозначність: за кожну функцію відповідає лише один компонент системи, кожна структурна одиниця в рамках виконання цієї функції підпорядковується лише одному керівнику тощо.

Вивчаючи організаційну структуру акціонерного товариства, також звертають увагу на активність, неупередженість, авторитет і компетентність членів наглядової ради та ревізійної комісії компанії.

Ефективність організаційної структури досягається при дотриманні таких принципів:

- ✓ відповідність стратегічним орієнтирам розвитку підприємства;
- ✓ максимальне спрощення структури;
- ✓ раціоналізація кількості ланок управління;
- ✓ оптимізація кількості підлеглих і раціоналізація діапазону контролю;
- ✓ оптимізація поділу праці між органами управління та окремими працівниками, що забезпечуватиме творчий характер роботи, нормальне навантаження, а також належну спеціалізацію елементів системи.
- ✓ забезпечення своєчасності передачі інформації та формування відповідних зворотних даних;
- ✓ балансування функцій та обов'язків елементів системи з одного боку, з їх повноваженнями і відповідальністю з другого.

Крім того, для діагностики параметрів організаційної структури підприємства можна користуватися такою сукупністю показників (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

ОКРЕМІ ПОКАЗНИКИ ОЦІНЮВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Показник	Технологія розрахунку
1. Коефіцієнт контролю	відношення чисельності працівників організації (її окремого підрозділу) до чисельності керівників відповідного рівня
2. Коефіцієнт зайнятості персоналу у апараті управління	частка керівників у сукупній чисельності промислово-виробничого персоналу
3. Коефіцієнт децентралізації структури	відношення чисельності управлінців первинних ланок до чисельності менеджерів вищої ланки. Оптимальне значення коефіцієнта має наближатися до 5
4. Коефіцієнт забезпеченості персоналом	відношення фактичної чисельності персоналу відповідної категорії (підрозділу) до його нормативної чисельності

Досліджуючи систему управління, обов'язково слід ідентифікувати рівень самоврядування, обсяги прав та згуртованість трудового колективу, можливість працівників впливати на прийняття управлінських рішень, а також роль профспілкового комітету в діяльності підприємства.

Вагомою позитивною характеристикою організації є наявність сертифікованої системи менеджменту якості або ж активна діяльність підприємства, що спрямована на досягнення відповідності вимогам таких стандартів. Побудована відповідно до міжнародних стандартів система менеджменту якості передбачає:

- попередження причин дефектів;
- залучення усіх працівників до діяльності з підвищення якості;
- активне стратегічне управління;
- безперервне вдосконалення процесів і продуктів діяльності (продукції, робіт, послуг);
- застосування наукових підходів до вирішення завдань;
- регулярну самооцінку організації та її структурних компонентів.

У сучасних умовах головними напрямками роботи з підвищення ефективності діяльності організацій є зміна ставлення праців-

ників до праці, забезпечення її сучасної організації, творчої спрямованості. Саме реалізація цих напрямів створює передумови для розвитку *організаційної культури*, яка є умовною системою, що складається з певної низки ідей, правил, стандартів діяльності, цінностей, що визначають взаємодію та узгодженість членів колективу між собою та зовнішнім середовищем. Компонентами організаційної культури є:

- ✓ *філософія підприємства*, що відображає його зміст існування й його ставлення до співробітників і клієнтів;

- ✓ *домінуючі цінності*, на яких ґрунтується функціонування підприємства і які належать до цілей його існування або ж до засобів досягнення таких цілей;

- ✓ *норми*, котрих дотримуються співробітники, і основоположні принципи взаємостосунків на підприємстві;

- ✓ *правила*, за якими будуються відносини на підприємстві;

- ✓ *клімат*, що склався на підприємстві та позначається на його атмосфері, а також на стосунках членів організації із зовнішніми особами;

- ✓ *ритуали поведінки*, які позначаються на проведенні в межах підприємства певних церемоній, а також у використанні певних проявів, знаків тощо;

- ✓ *артефакти та працівники-взірці*, які є символами важливих подій або відіграли значну роль у історії становлення підприємства.

Правильно створена організаційна культура є потужним стратегічним інструментом, що дозволяє координувати дії всіх структурних підрозділів і окремих членів колективу та спрямовувати їх на досягнення встановлених цілей в рамках обраної місії фірми. Формальне вираження організаційна культура знаходить у філософії підприємства, корпоративному кредо, його емблемі, кодексі професійної етики, діловому етикеті, дрес-коді організації, мотиваційній політиці, інших внутрішніх документах. Неформальним проявом організаційної культури є морально-психологічний клімат і ціннісні установки колективу, поведінка з діючими та колишніми працівниками тощо. Оцінивши організаційну культуру, дослідник повинен сформулювати судження про її адекватність місії та цілям організації, умовам макро- та бізнес-середовища, відповідність потребам розвитку потенціалу підприємства.

Важливим моментом дослідження системи управління підприємства є ідентифікація структури прав власності. Аналітику необхідно звернути увагу на кількість власників, частку кожного

у статутному капіталі, рівень консолідованості власників, наявність серед них угруповань, їх цільові установки, можливість конфронтації тощо.

Принципи та технологія впливу власників підприємства на його діяльність прописані у його статуті та не повинні суперечити державним і галузевим нормативним актам. Для акціонерних товариств, як найпотужнішої за ресурсним потенціалом організаційно-правової форми ведення бізнесу, держава визначила характеристику пакетів акцій і відповідних їм прав. Враховуючи чинне законодавство [5, ст. 1, 64, 65, 70; 8, ст. 43], можна запропонувати такий поділ пакетів акцій за обсягом.

Таблиця 3.2

**СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПАКЕТІВ АКЦІЙ БЕЗ ВРАХУВАННЯ
СТУПЕНЯ РОЗПОРОШЕНОСТІ АКЦІОНЕРНОГО КАПІТАЛУ**

Величина пакета акцій	Назва пакету	Основні властивості пакета акцій
5 % і більше		дає можливість автоматичного включення до порядку денного загальних зборів акціонерів необхідних питань, без погодження з наглядовою радою товариства
10 % і більше	значний	дає можливість ініціювати проведення позачергових зборів у власних інтересах, призначати своїх представників для нагляду за реєстрацією акціонерів, проведенням загальних зборів, голосуванням та визначенням його результатів. Водночас такий пакет фактично не дає можливості самостійно впливати на діяльність підприємства
25 % + 1 акція	блокувальний*	дозволяє зірвати прийняття небажаних рішень, вартісна оцінка яких становить 50 % і більше від обсягу активів за даними останньої річної фінансової звітності. Також дає змогу блокувати ухвалу небажаних рішень щодо змін у статуті компанії, анулювання викуплених акцій, зміни типу товариства, збільшення (зменшення) обсягу статутного капіталу, виділення та припинення діяльності товариства
40 % + 1 акція	антикворумний*	дозволяє зірвати проведення загальних зборів внаслідок відсутності кворуму (не менше 60 % голосуючих акцій)

Величина пакета акцій	Назва пакету	Основні властивості пакета акцій
50 % + 1 акція	контрольний	дає можливість прийняти більшість господарських рішень, якщо ринкова вартість майна або послуг, що є предметом таких рішень, становить до 50 % вартості активів за даними останньої річної фінансової звітності компанії. Однак такий пакет не гарантує кворуму, необхідного для легітимності загальних зборів акціонерів
60 %	кворумний*	дозволяє сформувати кворум загальних зборів акціонерів та прийняти рішення, що вимагають простої більшості
75 % + 1 акція	абсолютний*	забезпечує повний контроль над підприємством і дозволяє самостійно приймати будь-які рішення, що не суперечать чинному законодавству

Разом з тим слід відмітити, що статутом приватного акціонерного товариства може бути встановлена більша кількість голосів акціонерів, необхідних для прийняття рішення з питань порядку денного, крім рішень щодо дострокового припинення повноважень посадових осіб органів товариства, звернення з позовом до посадових осіб органів товариства щодо відшкодування збитків, нанесених компанії, а також у разі недотримання вимог закону при здійсненні значної угоди.

Управління будь-якого рівня є, передусім, інформаційним процесом який передбачає формування, обробку та трансфер відповідних даних по комунікаційних каналах як у внутрішньому, так і зовнішньому середовищі бізнесу. У зв'язку з цим важливою характеристикою системи управління організацією є її інформаційне забезпечення, взаємозалежними складовими якого є:

- ✓ інформаційні ресурси;
- ✓ інформаційні технології;
- ✓ програмне забезпечення;
- ✓ технічні засоби інформаційних процесів.

Рационально побудоване інформаційне забезпечення менеджерів підприємства підвищує обґрунтованість і швидкість прийняття управлінських рішень, забезпечує надійний контроль за своє-

* Авторська назва пакета.

часним їх виконанням, сприяє зменшенню обсягу рутинного навантаження та підвищенню оперативності й достовірності оцінювання отриманих результатів. Першою складовою інформаційного забезпечення є інформаційні ресурси — упорядкована сукупність документованих даних, знань, відомостей, що призначена для задоволення інформаційних потреб підприємства. Виключаючи джерела зовнішніх інформаційних ресурсів, які використовує у своїй діяльності підприємство, дослідник має оцінити їх актуальність, достовірність та адекватність потребам підприємства.

За формування внутрішніх масивів даних відповідає підсистема управлінського обліку, досліджуваними параметрами якої є кількість і якість звітів, режим оновлення та доступу до баз даних тощо. Також важливою характеристикою інформаційних ресурсів є наявність, рівень розроблення та використання персоналом внутрішньокорпоративних нормативних документів (посадових інструкцій, стандартів процедур, паспортів окремих бізнес-процесів тощо).

Наступною складовою інформаційного забезпечення є *інформаційні технології*, що являють собою сукупність засобів і методів збирання, реєстрації, обробки, накопичення і доведення до користувача необхідних даних у системі організаційного управління. Критеріями оцінювання прогресивності інформаційних технологій є оперативність та якість опрацювання даних, трудомісткість та автоматизованість цих процесів.

Щоб мати можливість використовувати ті чи інші інформаційні технології, підприємству у своєму розпорядженні необхідно мати певні технічні засоби та програмне забезпечення. До необхідних *технічних засобів* інформаційного забезпечення відносять ЕОМ, засоби введення, зчитування та виведення даних (сканери, принтери, проектори), пристрої довгострокового зберігання інформації, мережеве устаткування та канали зв'язку (комутатори, маршрутизатори, модулі, модеми, джерела безперебійного живлення, засоби підключення до телекомунікаційних мереж, телефони) та інша оргтехніка (калькулятори, шредери, інформаційні стенди тощо). Введення та виведення даних можливі в межах таких систем, як:

- ✓ глобальна електронна мережа;
- ✓ локальна та корпоративна комп'ютерні мережі;
- ✓ система передавання паперових документів.

Сукупність програм системи обробки даних і програмних документів інструкцій), необхідних для експлуатації цих програм,

як правило, розглядають як *програмне забезпечення*, до якого належать:

- ✓ системні програмні продукти, що забезпечують функціонування комп'ютерних систем (тестові, діагностичні та антивірусні програми, операційні системи);

- ✓ спеціальні програмні продукти, що розроблені при створенні індивідуальної інформаційної системи конкретного підприємства;

- ✓ прикладні програмні засоби забезпечення управлінської діяльності (загальнокорпоративні та локальні системи обробки фінансово-економічних даних, управління базами даних, експертні системи та системи підтримки прийняття рішень).

Для кількісної характеристики окремих аспектів інформаційного забезпечення системи управління підприємства можна використовувати такі показники, як коефіцієнт електронного документообігу, коефіцієнт комп'ютеризації, фондоозброєність управлінського персоналу. Так, коефіцієнт електронного документообігу розраховується як відношення кількості найменувань внутрішніх документів, представлених у електронному вигляді та розміщених у базі даних, до загальної кількості найменувань документів. Коефіцієнт комп'ютеризації обчислюють діленням кількості діючих персональних комп'ютерів на підприємстві до середньоспискової чисельності персоналу. Фондоозброєність управлінського персоналу визначають як відношення балансової вартості комп'ютерної та оргтехніки до чисельності управлінців.

Оцінюючи ефективність управлінської праці, слід виходити з того, що її продукт не має форми специфічних речових результатів. Остаточним продуктом менеджерів є сукупність управлінських рішень і вплив, який вони чинять на об'єкт управління. Про продуктивність праці менеджера не можна судити лише за кількістю витраченого ним робочого часу, обсягом опрацьованої інформації або кількістю прийнятих управлінських рішень. Повне уявлення про справжню продуктивність праці менеджера можна одержати, виходячи з підсумкових результатів діяльності всього підприємства.

Саме тому в основу оцінювання економічної ефективності системи управління може бути покладено відношення обсягів економічного ефекту від функціонування організації до суми витрат на утримання адміністративного апарату. Як базові економічні ефекти можна використовувати обсяги чистої виручки, сукупних доходів, фінансового результату до та після оподаткування. Та-

кож адекватним вимірником ефективності системи управління слугуватиме коефіцієнт результативності:

$$k_{p.y} = \frac{f_i^\Phi}{f_i^n}, \quad (3.1)$$

де f_i^Φ , f_i^n — значення i -го цільового показника (чиста виручка, чистий прибуток, ринкова частка тощо), відповідно, фактичне (досягнуте за період) та заплановане.



3.3. Дослідження екологічності діяльності підприємства

Зважаючи на інтенсифікацію впливу людської життєдіяльності на природне середовище, на сьогодні *екологічна діагностика* підприємства є невід’ємною складовою експертизи інвестиційних проектів, бізнес-планів надання кредитних ресурсів, придбання суб’єкта господарювання тощо. Метою цього аналізу є визначення впливу підприємства на довкілля та оцінювання його природоохоронної діяльності. При цьому комплексний аналіз має охоплювати усі стадії, від розроблення продукції, технологічного процесу її виготовлення, до її використання та утилізації. Дотримання підприємством високих екологічних стандартів діяльності дозволяє не лише уникати значних фінансових втрат унаслідок виплати штрафних санкцій, відшкодування збитків, необхідності інвестування природоохоронних заходів, а й сформуванню позитивного іміджу серед своїх контрагентів і споживачів.

Джерелами інформації щодо параметрів екологічної діяльності, а також забруднення підприємством довкілля можуть бути такі форми державної статистичної звітності, як ФДСС 2-ТП (повітря) «Звіт про охорону атмосферного повітря», ФДСС 1-екологічні витрати «Витрати на охорону навколишнього природного середовища та екологічні платежі», ФДСС 1-відходи «Поводження з відходами»¹.

¹ Перелік, назви та зміст форм статистичних спостережень затверджується щороку наказом Державного комітету статистики, про що можна довідатися на офіційному сайті комітету (www.ukrstat.gov.ua) у розділі «Методологія та звітна документація»

Діагностуючи екологічність діяльності підприємства, необхідно звернути увагу на наявність очисних споруд, їх стан та використання, а також дослідити вплив виробництва на навколишнє середовище. Окремо відзначаються (за їх наявності) факти тимчасової заборони (зупинення) чи припинення діяльності підприємства або його окремих виробничих підрозділів у разі порушення ними законодавства про охорону навколишнього середовища. Звертається увага на стан споруд, пристроїв для очищення викидів (скидів) або їх знешкодження, прогресивність техніко-технологічної бази виробництва, дотримання лімітів використання природних ресурсів, порушення екологічних стандартів, вимог екологічної безпеки, а також розміри штрафних санкцій за такі порушення.

Як узагальнюючі показники рівня екологічної діяльності підприємства можна використовувати такі:

- ✓ наявність і параметри об'єктів природоохоронного призначення;
- ✓ обсяги витрат на природоохоронні заходи;
- ✓ частка продукції з високою екологічністю виробництва та використання;
- ✓ величина нарахованого екологічного податку;
- ✓ обсяги нарахованих і сплачених штрафних санкцій за забруднення довкілля та відшкодування збитків постраждалим тощо.

Приймаючи те чи інше господарське рішення необхідно оцінити його вплив на екологію цільового регіону. При цьому фінансові наслідки такого впливу доцільно включити до загальних вихідних параметрів оцінювання ефективності проекту. До негативних наслідків несприятливої екологічної ситуації на підприємстві належать:

- 1) нарахування значних сум екологічного податку та штрафних санкцій за порушення екологічного законодавства;
- 2) зобов'язання щодо відшкодування збитків потерпілим;
- 3) зобов'язання щодо ліквідації забруднення та його наслідків (рекультивация землі, очистка водних артерій, ліквідація звалищ, утилізація небезпечних відходів);
- 4) зобов'язання щодо життя обов'язкових природоохоронних заходів (побудова й використання очисних споруд, створення та утримання лісопаркових масивів тощо);
- 5) анулювання ліцензії на здійснення окремих видів діяльності або примусова ліквідація підприємства.

До непрямих негативних наслідків можна віднести:

- ✓ збільшення кількості державних перевірок дотримання податкового і екологічного законодавства;
- ✓ втрату вартості земельних ділянок, нерухомості та іншого майна, що знаходиться на забрудненій території;
- ✓ погіршення іміджу підприємства;
- ✓ громадський спротив планам підприємства та його бойкот тощо.

Позитивними наслідками здійснюваної у достатніх обсягах екологічної діяльності, крім уникнення перерахованих вище наслідків, можуть бути:

- скорочення податкових виплат, отримання податкових пільг, виключення з бази оподаткування природоохоронних засобів підприємства, звільнення від зобов'язань щодо формування фондів охорони довкілля;
- отримання позикових коштів на пільгових умовах;
- одержання коштів бюджетних і позабюджетних централізованих й децентралізованих фондів для вжиття заходів щодо зниження негативного впливу на природу, використання ресурсозберігаючих технологій, виробництва екологічно безпечної продукції;
- формування позитивного іміджу підприємства у суспільстві тощо.

3.4. Оцінювання ринкового середовища господарювання підприємства



Важливим етапом діагностики є дослідження конкурентного середовища, в якому функціонує підприємство, а також визначення його місця у цьому середовищі. Це передбачає ідентифікацію потенційної і реальної місткості цільового ринку, оцінювання інтенсивності конкуренції в галузі, визначення ринкової влади підприємства та ступеня впливу на нього контрагентів. Джерелами інформації для такого дослідження є офіційні статистичні дані Державного комітету зі статистики, експертні огляди ринку, галузеві бюлетені інтеграційних утворень тощо.

Одним з найважливіших параметрів досліджуваного ринку є його місткість, що дозволяє оцінити масштаби діяльності в галузі. Проводячи маркетингові дослідження оперують обсягами по-

тенційної та реальної місткості ринку. *Потенційна місткість ринку* характеризує максимально можливий річний обсяг продажу товарів й може бути розрахована як:

$$Q_p^n = \sum_{i=1}^n m_i \cdot q_i \cdot p_i, \quad (3.2)$$

де $i = 1, \dots, n$ — відповідні групи споживачів; m_i — кількість споживачів i -ої групи, що мають потребу та виявили інтерес до товару; q_i — усереднена кількість закупівель i -го споживача; p_i — середня ціна продажу одиниці i -го товару.

Реальна місткість ринку дозволяє отримати уявлення про фактичні обсяги продажу цільових товарів у межах окремої країни. Вона може бути обчислена як:

$$Q_p^p = P - \Delta R + I - E, \quad (3.3)$$

де P — обсяг виробництва цільових товарів; ΔR — зміна обсягу товарних запасів продавців товару; I, E — відповідно, обсяг імпорту (в т.ч. і непрямого імпорту, коли товар входить до складу іншої продукції, що імпортується) та експорту з країни цільового ринку.

Місткість окремого ринку оцінюється з допомогою аналізу факторів, що безпосередньо визначають попит споживачів. До таких чинників слід віднести: загальну кількість населення; його розподіл за віковою, статевою, освітньо-кваліфікаційною та соціальними ознаками; середній рівень і динаміку доходів населення; зміну індексу вартості життя; традиційні норми споживання; смаки та уподобання споживачів тощо. Слід зауважити, що оцінювання потенціалу ринку за демографічними факторами не завжди збігається з реальною місткістю ринку, тому необхідним є її суттєве коригування на рівень ринкової конкуренції, широту і глибину асортименту товарів-аналогів, співвідношення попиту і пропозиції. Природно, що підприємство, яке діє на ринку, місткість якого є великою й постійно зростає, матиме значні можливості для комерційного успіху й буде інвестиційно привабливим.

Крім того, характеризуючи цільову галузь, необхідно дати оцінку таким явищам і процесам як:

- 1) темпи зростання ринку;
- 2) прогресивність техніко-технологічної бази виробництва;
- 3) основні параметри продукції (послуг, робіт) галузі: якість, ціни, конкурентоспроможність на вітчизняному та зарубіжних ринках, ступінь диференційованості тощо;

- 4) тип виробництва в галузі;
- 5) характер конкурентної боротьби;
- 6) сегментація ринку;
- 7) норма прибутку в галузі, рівень цін і методи ціноутворення;
- 8) сезонність виробництва й реалізації продукції (робіт, послуг);
- 9) рівень впливу на діяльність постачальників, споживачів і виробників товарів-замінників;
- 10) тиск імпорتنих товарів;
- 11) порушення прав інтелектуальної власності (практика підробок оригінальної продукції, промислове шпигунство тощо);
- 12) розвиток дистрибуційних систем;
- 13) наявність інтеграційних утворень у галузі та тенденцій до їх формування;
- 14) ступінь державного регулювання ринку та наявність спеціальних нормативних актів, що регулюють діяльність на цільовому ринку.

Важливим аспектом аналізу ринку є дослідження інтенсивності конкуренції в галузі. Показники інтенсивності конкуренції дають уяву про рівень незалежності фірми при прийнятті рішень стосовно цін і обсягів продажу своєї продукції. Чим більше операторів представлено на ринку і чим більша еластичність попиту, тим меншою є концентрація ринку, а окреме підприємство вимушене коригувати свою діяльність, враховуючи поведінку інших учасників ринку, і навпаки. Для здійснення такого дослідження необхідні дані про загальні й індивідуальні обсяги продажу на цільовому ринку, при цьому розраховують такі показники, що подано в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

**ПОКАЗНИКИ РІВНЯ ІНТЕНСИВНОСТІ
КОНКУРЕНЦІЇ В ГАЛУЗІ**

Показник	Порядок розрахунку	Інтерпретація рівнів
Індекс концентрації (I_c)	<p>розраховується як сума часток, виражених десятковим дробом, трьох (чотирьох) найбільших підприємств у загальному обсязі продажу галузі (q_i):</p> $I_c = \sum_{i=1}^{3(4)} q_i$	<p>ринок вважається неконцентрованим, якщо $I_c \leq 0,45$, помірно концентрованим, якщо $I_c \in (0,45; 0,7)$ і високонцентрованим, якщо $I_c \geq 0,7$.</p>

Показник	Порядок розрахунку	Інтерпретація рівнів
Індекс Герфіндаля—Хіршмана (I_{HH})	<p>розраховується як сума квадратів часток усіх фірм, що діють на ринку:</p> $I_{HH} = \sum_{i=1}^n q_i^2$	<p>зменшення значення I_{HH} вказує на зниження концентрації та ринкової влади виробників і, за інших рівних умов, на посилення конкуренції на ринку. Для конкурентного середовища, у якому діють понад 100 фірм, $I_{HH} \rightarrow 0$, а для монопольного — $I_{HH} \rightarrow 1$. Ринок визнається помірно концентрованим, якщо $I_{HH} \in [0,1; 0,2)$</p>
Індекс Розенблота (I_R)	<p>обчислюється з використанням рангу підприємства (r_i), що визначається за величиною його ринкової частки (фірма з найбільшою часткою ринку матиме $r_i = 1$):</p> $I_R = \frac{1}{2 \sum_{i=1}^n r_i \cdot q_i - 1}$	<p>за умов монополії значення $I_R = 1$, максимально конкурентний ринок характеризується величиною $I_R = \frac{1}{n}$, де n — кількість підприємств на ринку</p>

Встановивши параметри цільової галузі, необхідно визначити місце й роль аналізованого підприємства у конкурентній боротьбі. Для цього аналізують рівень ринкової влади компанії (частка ринку, ранг підприємства), її конкурентоспроможність, ідентифікують основних конкурентів, параметри яких слугуватимуть орієнтирами при зіставленні результатів підприємства.

Простий спосіб визначення ринкової частки підприємства передбачає обчислення співвідношення фактичного обсягу реалізації цього підприємства ($Q_i^{\text{прод}}$) до загального обсягу продажу в галузі (на ринку) ($Q_{\text{заг}}^{\text{прод}}$):

$$q_i = \frac{Q_i^{\text{прод}}}{Q_{\text{заг}}^{\text{прод}}} \cdot 100 \% . \quad (3.4)$$

Практика маркетингових досліджень [80, с. 89] показує, що необхідними параметрами ринку, на якому підтримуються умови нормальної конкуренції вважаються такі:

- ✓ на ринку діють 10 і більше фірм;
- ✓ одна фірма не займає більше 31% ринку;
- ✓ дві фірми не займають більше 44% ринку;
- ✓ три фірми не займають більше 54% ринку;
- ✓ чотири фірми не займають більше 63% ринку.

Зазвичай кожен суб'єкт господарювання прагне збільшити свою ринкову владу, однак у разі досягнення монопольного становища та зловживання ним з метою недопущення, усунення чи обмеження конкуренції державні органи (Антимонопольний комітет та його відділення) мають право накладати на підприємство штрафні санкції та здійснювати його примусовий поділ.

ознаками ринкової влади суб'єкта господарювання є:

- ✓ здатність диктувати свої умови при продажу товару (товарної групи), укладенні договору про поставки, нав'язувати споживачу не вигідні умови;

- ✓ здатність через монополізацію ринку постачання виробничих ресурсів обмежувати конкуренцію, витіснити з ринку інших підприємців, або створювати бар'єри вступу на ринок;

- ✓ здатність скорочувати або обмежувати випуск товарів (товарних груп) і постачання їх на ринок збуту з метою отримання односторонньої користі при купівлі або продажу товарів (товарних груп), при укладенні договорів і угод про постачання товарів (товарних груп), а інші суб'єкти господарювання, які є його конкурентами, не здатні компенсувати утворений дефіцит товарів (товарних груп);

- ✓ здатність підвищувати ціни на товари (товарні групи) і підтримувати їх на рівні, що перевищує рівень, обумовлений конкуренцією на ринку.

Відтак *монопольне (домінуюче) становище* — становище суб'єкта господарювання, яке дозволяє йому самостійно або разом з іншими операторами визначати умови обороту товарів на ринку завдяки тому, що таке підприємство:

- ✓ не має на ринку товару жодного конкурента або не зазнає значної конкуренції внаслідок обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів до закупівлі сировини, матеріалів і збуту товарів, наявності бар'єрів доступу на ринок інших суб'єктів, наявності пільг тощо;

- ✓ є одним із двох чи більше суб'єктів господарювання, що діють на ринку товару, якщо між ними немає конкуренції або є

незначна конкуренція, і при цьому вони (разом узяті), не мають на ринку товару жодного конкурента або не зазнають значної конкуренції внаслідок обмеженості можливостей доступу інших операторів щодо закупівлі сировини, матеріалів і збуту товарів, наявності бар'єрів доступу на ринок інших суб'єктів, наявності пільг чи інших обставин.

В Україні [11, ст. 12] становище підприємства на ринку визнається монопольним (домінуючим) якщо:

- ◆ частка окремого оператора на ринку товару перевищує 35 %;
- ◆ частка окремого суб'єкта господарювання на ринку товару становить 35 або менше відсотків, але він не зазнає значної конкуренції, зокрема, внаслідок порівняно невеликого розміру часток ринку, які належать конкурентам;
- ◆ сукупна частка найпотужніших трьох чи і менше суб'єктів господарювання перевищує 50 %;
- ◆ сукупна частка не більше ніж п'яти найбільших суб'єктів господарювання перевищує 70 %.

Порядок визначення монопольного становища суб'єктів господарювання на ринку регламентовано відповідною методикою, розробленою Антимонопольним комітетом України [20].

Приклад 3.1

Обчислити показники інтенсивності конкуренції на ринку цільової продукції, а також визначити операторів, які займають домінуюче положення.

Підприємство-продуцент	Обсяг продажу за 20XX рік, млн грн
АТ «Альфа»	21
АТ «Бета»	14
АТ «Гама»	25
АТ «Дельта»	45
АТ «Інсілон»	19
АТ «Дзета»	38
АТ «Ета»	60
АТ «Каппа»	8,5
АТ «Сигма»	16
АТ «Омега»	12

Розв'язання

1-й крок. Визначимо вихідні параметри для обчислення показників конкуренції — частку ринку кожного підприємства та його ранг (залежно від величини частки):

Підприємство	Обсяг продажу, млн грн	Частка ринку, q_i	Ранг (за спадання частки), r_i
АТ «Альфа»	21	0,0812	5
АТ «Бета»	14	0,0542	8
АТ «Гама»	25	0,0967	4
АТ «Дельта»	45	0,1741	2
АТ «Іпсилон»	19	0,0735	6
АТ «Дзета»	38	0,1470	3
АТ «Ета»	60	0,2321	1
АТ «Каппа»	8,5	0,0329	10
АТ «Сигма»	16	0,0619	7
АТ «Омега»	12	0,0464	9
Разом:	258,5	1,0000	

2-й крок. Обчислимо показники інтенсивності конкуренції

Показник	Розрахунок	Тип ринку
I_c	$0,2321 + 0,1741 + 0,147 = 0,5532$	$I_c \in (0,45; 0,7)$, ринок — помірно концентрований
I_{HH}	$0,0812^2 + 0,0542^2 + 0,0967^2 + 0,1741^2 + \dots + 0,0464^2 = 0,1371$	$I_{HH} \in [0,1; 0,2)$, ринок — помірно концентрований
I_R	$\frac{1}{2 \cdot (0,812 \cdot 5 + 0,0542 \cdot 8 + 0,0967 \cdot 4 + \dots + 0,0464 \cdot 9) - 1} = 0,1484$	ринок — помірно концентрований

Висновок: значення розрахованих показників вказують на те, що ринок цільової продукції є помірно концентрованим.

3-й крок. Визначимо наявність за вітчизняним законодавством у окремих операторів монопольного становища на ринку:

Критерій	Наявність монопольного становища
1. $q_{\max} > 0,35$	$q_{\max} = 0,2321 < 0,35$, отже критерій не виконується
2. $q_{\max} \leq 0,35$, але частки ринку інших операторів є незначними	частка ринку найбільшого оператора (23,21 %) менше 35 %, однак частки його конкурентів (17,41 %, 14,7 % тощо) є суттєвими. Критерій не виконується
3. $\sum_{i=1}^3 q_i^{\max} \geq 0,5$	$\sum_{i=1}^3 q_i^{\max} = 0,2321 + 0,1741 + 0,147 = 0,5532 \geq 0,5$. Критерій виконується, монопольне (домінантне) становище мають АТ «Ета», АТ «Дельта», АТ «Дзета»
4. $\sum_{i=1}^5 q_i^{\max} \geq 0,7$	$\sum_{i=1}^5 q_i^{\max} = 0,2321 + 0,1741 + 0,147 + 0,0967 + 0,0812 = 0,7311 \geq 0,7$ Критерій виконується, монопольне (домінантне) становище мають АТ «Ета», АТ «Дельта», АТ «Дзета», АТ «Гамма» та АТ «Альфа»

Важливим індикатором діагностики конкурентного середовища на ринку в умовах олігополії і визначення «межі» олігополії є індекс Лінда, який був запропонований співробітником Комісії ЄЕС в Брюсселі Ремо Ліндою. Обчислення цього індекса відбувається за параметрами суб'єктів господарювання, які мають значущі частки на ринку. При цьому їх сукупність формується за принципом зменшення показника q_i (частка ринку i -го підприємства), тобто з дотриманням умови: $q_i > q_{i+1}$. Індекс Лінда визначається так:

$$I_k^L = \frac{1}{k-1} \cdot \sum_{i=1}^k C_i, \quad (3.4)$$

де k — кількість значущих операторів ринку; $\sum_{i=1}^k C_i$ — сума послідовних відношень середніх часток найбільших підприємств до середніх часток інших значущих операторів ринку.

Індекс Лінда для двох найбільших операторів розраховуватиметься як відношення їх часток ринку:

$$I_2^L = \frac{q_1}{q_2} \quad (3.5)$$

Для трьох найбільших підприємств індекс Лінда визначається так:

$$I_3^L = \frac{1}{2} \cdot \left(\frac{q_1}{(q_2 + q_3)/2} + \frac{(q_1 + q_2)/2}{q_3} \right). \quad (3.6)$$

Для чотирьох найбільших підприємств індекс Лінда визначається як:

$$I_4^L = \frac{1}{3} \cdot \left(\frac{q_1}{(q_2 + q_3 + q_4)/3} + \frac{(q_1 + q_2)/2}{(q_3 + q_4)/2} + \frac{(q_1 + q_2 + q_3)/3}{q_4} \right). \quad (3.7)$$

Індекс Лінда розраховується послідовно для « $k + 1$ » значущих операторів ринку до порушення безперервності зменшення показника I^L , тобто до моменту коли $I_k^L < I_{k+1}^L$. Межа олігополії вважається встановленою, якщо досягнуте мінімальне значення I^L . Це означає, що олігополію створюють « k » перших значних суб'єктів господарювання, які володіють найбільшими частками ринку.

Кількісне значення « k » визначає тип олігополії:

- ✓ «жорстка» олігополія — на ринку панують 2—3 суб'єкти господарювання;
- ✓ «розпливчата» олігополія — 6—7 суб'єктів господарювання охоплюють 70—80 % ринку.

Приклад 3.2

На основі вихідних даних прикладу 3.1 за допомогою індекса Лінда визначити тип та склад олігополії на цільовому ринку.

Значення індекса Лінда

Умова складу
олігополії

Для двох найбільших операторів:

$$I_2^L = 0,2321 / 0,1741 \approx 1,844.$$

Для трьох найбільших операторів:

$$I_3^L = \frac{1}{2} \cdot \left(\frac{0,2321}{(0,1741 + 0,147) / 2} + \frac{(0,2321 + 0,1741) / 2}{0,147} \right) \approx 1,414. \quad I_L^3 < I_L^2$$

Для чотирьох найбільших операторів:

$$I_4^L = \frac{1}{3} \cdot \left(\frac{0,2321}{(0,1741 + 0,147 + 0,0967) / 3} + \frac{(0,2321 + 0,1741) / 2}{(0,147 + 0,0967) / 2} + \frac{(0,2321 + 0,1741 + 0,147) / 3}{0,0967} \right) \approx 1,747$$

$I_L^3 > I_L^4$,
умова
зменшення
досягнута

Отже, «жорстку» олігополію на ринку формують три найбільші оператори: АТ «Ета», АТ «Дельта», АТ «Дзета».

Резюме теми

Аналіз базових параметрів діяльності підприємства та ринкового середовища його функціонування доцільно проводити в таких аспектах, як оцінювання юридично-господарських засад, діагностика системи управління організації, екологічності діяльності підприємства, моніторинг ринкового середовища господарювання.

Метою дослідження юридично-господарських засад є повна детермінація підприємства у правовому полі та ідентифікація його місця в економіці країни, що дозволяє правильно дібрати інформаційні джерела, оптимізувати структуру та зміст дослідження, зрозуміти логіку функціонування підприємства, а також сформулювати систему індикаторів і критерії успішності діяльності

підприємства. При цьому об'єктами ідентифікації є організаційно-правова форма ведення бізнесу, напрями та масштаби діяльності; територіальне розташування; ступінь підпорядкування та інтегрованості; наявність специфічного статусу та особливості регулювання діяльності підприємства тощо.

Екологічна діагностика підприємства є невід'ємною складовою експертизи інвестиційних проектів, бізнес-планів надання кредитних ресурсів, придбання суб'єкта господарювання. Досліджуючи екологічність діяльності ідентифікують наявність і параметри об'єктів природоохоронного призначення, обсяги витрат на природоохоронні заходи, наявність та обсяги продукції з високою екологічністю виробництва та використання, величину нарахованого екологічного податку, обсяги нарахованих і сплачених штрафних санкцій за забруднення довкілля та відшкодування збитків постраждалим тощо.

Аспектами дослідження системи управління підприємства є мета і завдання діяльності, функції управління, організаційна структура, структура прав власності, організаційна культура, інформаційне забезпечення та ефективність системи управління підприємства. Досліджуючи організаційну структуру фірми, визначають її тип, кількість ієрархічних рівнів, характер взаємозв'язку між ними, технічну та кадрову оснащеність підрозділів.

Важливим етапом діагностики є дослідження конкурентного середовища, в якому функціонує підприємство, а також визначення його місця у цьому середовищі. Це передбачає ідентифікацію потенційної і реальної місткості цільового ринку, оцінювання інтенсивності конкуренції в галузі (за індексом концентрації, індексом Герфіндала—Хіршмана, індексом Розенблюта), визначення межі олігополії (за індексом Лінда), рівня ринкової влади підприємства та ступеня впливу на нього контрагентів.



Питання для самоконтролю

- 1. Які юридично-господарські параметри підприємства слід дослідити на початковому етапі діагностики?*
- 2. За якими аспектами досліджується система управління підприємства?*
- 3. Які пакети акцій власників акціонерних компаній можуть бути та які права вони дають?*

4. Які відносні показники ефективності системи управління підприємства можна розраховувати?
5. Які об'єкти дослідження екологічної діагностики підприємства?
6. Якими можуть бути негативні ефекти від забруднення підприємством довкілля?
7. Що таке місткість ринку та які різновиди має цей показник?
8. За допомогою яких параметрів оцінюється стан конкуренції на цільовому ринку?
9. Як обчислити показники інтенсивності конкуренції на ринку та як тлумачаться їх значення?
10. Що таке монопольне становище на ринку та які його кількісні параметри в Україні?



Тестові запитання

1. Показник, що дозволяє отримати уявлення про фактичні обсяги продажу цільових товарів у межах окремої країни, має назву ...

- a) реальна місткість ринку;
- b) потенційна місткість ринку;
- c) коефіцієнт Герфіндаля—Хіршмана;
- d) непрямий експорт.

2. Який показник розраховується як сума квадратів часток усіх фірм, що діють на ринку?

- a) індекс Герфіндаля—Хіршмана;
- b) індекс Розенблюта;
- c) індекс концентрації;
- d) індекс Доу-Джонса?

3. Якщо значення індексу концентрації становить 0,3, то цільовий ринок є ...

- a) неконцентрованим (наближеним до умов вільної конкуренції);
- b) помірно концентрованим;
- c) концентрованим (монопольним).

4. Якщо значення індексу Герфіндаля—Хіршмана становить 0,15, то цільовий ринок є ...

- a) неконцентрованим (наближеним до умов вільної конкуренції);
- b) помірно концентрованим;
- c) концентрованим (монопольним)

5. Значення індексу Герфіндаля—Хіршмана, за якого цільовий ринок буде визнано помірно концентрованим — це ...

- a) $I_{HH} = 0$;
- b) $I_{HH} = \frac{1}{n}$;
- c) $I_{HH} \in [0,1;0,2]$;
- d) $I_{HH} \in [0,45;0,7]$.

6. При наближенні ринку до параметрів монопольного значення індексу Розенблюта ...

- a) $I_R \rightarrow 0$;
- b) $I_R = \frac{1}{n}$;
- c) $I_R \in [0,1;0,2]$;
- d) $I_R \rightarrow 1$.

7. Межа олігополії досягнута, якщо індекс Лінда ...

- a) починає зростати;
- b) починає збільшуватися;
- c) $I_L = 0$;
- d) $I_L = 1$;
- e) є максимальним, серед розрахованих показників.

8. В Україні становище підприємства на ринку визнається монопольним (домінантним), якщо ...

- a) його частка на ринку товару менше 35 %;
- b) його частка на ринку товару перевищує 25 %;
- c) його частка на ринку товару перевищує 15 %;
- d) його частка на ринку товару перевищує 35 %.

9. У якому випадку окремі оператори (оператор) мають монопольне (домінуюче) становище?

- a) частки трьох найбільших операторів становлять 16 %, 10 % і 7 %;

b) частка двох найбільших операторів становить 28 % і 16 %, інші підприємства мають значно менші частки;

с) перші п'ять найпотужніших операторів мають частки 23%, 14 %, 10 %, 5 % і 3 %;

d) перші три найпотужніші підприємства галузі мають такі частки ринку: 22 %, 18 % і 12 %;

е) частка двох найбільших операторів становить 16 % і 14 %, інші підприємства володіють дещо меншими частками ринку.

10. Як відношення кількості працівників організації (її підрозділу) до кількості керівників відповідного рівня розраховується коефіцієнт ...

- a) децентралізації структури;
- b) ефективності управління;
- c) завантаженості управління;
- d) контролю;
- е) автономності підрозділу.



Практичні завдання

Задача 3.1

Обчисліть реальну місткість вітчизняного ринку автомагнітол бюджетного класу у 20XX році, якщо відомі такі дані. У 20XX році вітчизняні підприємства виробили автомагнітол такого класу на суму 12,5 млн грн, з яких 25 % пішло на експорт. Залишки цільової продукції у продавців на початок року оцінювалися сумою у 24 млн грн, а на його кінець — у 18,7 млн грн. Обсяг прямого імпорту склав 20 млн грн, а вартість встановлених у завезених автомобілях програвачів оцінюється сумою у 8 млн грн.

Задача 3.2

На основі ідентифікованих обсягів продажу цільової продукції на вітчизняному ринку розрахуйте основні показники рівня інтенсивності конкуренції в галузі та визначте тип ринку. Чи займає, відповідно до вітчизняного законодавства котрийсь з операторів монопольне (домінуюче) становище в галузі?

Виробник цільової продукції	Обсяг продажу за 20XX рік, млн грн
АТ «Титан»	15,9
АТ «Ферро»	22,8
АТ «ПМОЗ»	13,2
ТОВ «Катрон»	5,4
АТ «Моноліт»	19,5
АТ «КаВЗ»	17,3
АТ «Меридіан»	58,3
ТОВ «Елма»	8,2
АТ «Інтерком»	63,2
АТ «Метеор»	71,7
Разом:	295,5

Задача 3.3

На основі вихідних даних задачі 2.2 за допомогою індекса Лінда визначте тип та склад олігополії на цільовому ринку.



Завдання для написання дипломних робіт

1. На основі внутрішніх нормативних документів, отриманої з підприємства або з інших загальнодоступних джерел інформації, здійсніть аналіз юридично-господарських параметрів його діяльності:

- ✓ територіальне розташування, організаційно-правова форма підприємства та форма власності;
- ✓ структура прав власності, найвпливовіші акціонери (пайовики), наявність угруповань акціонерів (співвласників);
- ✓ ступінь підпорядкування (материнська компанія, дочірнє або асоційоване підприємство) та інтегрованості (належність до асоціацій, корпорацій, концернів, промислово-фінансових груп, холдингів);
- ✓ наявність спеціального статусу підприємства та пов'язані з ним особливості функціонування підприємства;
- ✓ сфери, напрями та масштаби діяльності;

- ✓ цільова галузь і ринки збуту продукції;
- ✓ участь у судових процесах як відповідач або позивач;
- ✓ наявність деструктивних осіб і процесів серед власників і керівництва;
- ✓ факти рейдерських атак на підприємство.

Охарактеризуйте екологічну діяльність обраного підприємства та оцініть ступінь його негативного впливу на довкілля:

- ✓ наявність і параметри об'єктів природоохоронного призначення;
- ✓ обсяги витрат на природоохоронні заходи;
- ✓ частка продукції з високою екологічністю виробництва та використання;
- ✓ обсяги нарахованих і сплачених штрафних санкцій за забруднення довкілля та відшкодування збитків постраждалим тощо.

3. Опишіть такі параметри цільового ринку підприємства:

- ✓ місткість і темпи зростання ринку;
- ✓ кількість операторів і характер конкурентної боротьби;
- ✓ сегментація ринку;
- ✓ прогресивність застосовуваної операторами техніко-технологічної бази виробництва;
- ✓ основні параметри продукції (послуг) галузі: якість, ціни, конкурентоспроможність на вітчизняному та зарубіжних ринках, ступінь диференційованості тощо;
- ✓ тип виробництва в галузі;
- ✓ норма прибутку в галузі, рівень цін і методи ціноутворення;
- ✓ сезонність виробництва й реалізації продукції (робіт, послуг);
- ✓ рівень впливу на діяльність постачальників, споживачів і виробників товарів-замінників;
- ✓ кон'юнктура ринків матеріально-технічних ресурсів, що використовуються в основному виробництві;
- ✓ особливості збуту продукції та розвиток дистрибуційних систем;
- ✓ наявність інтеграційних утворень у галузі та тенденцій до їх формування;
- ✓ специфіка державного регулювання ринку.

4. Ідентифікуйте необхідні для діяльності підприємства матеріально-технічні, трудові та інтелектуальні ресурси.

5. Дослідіть організаційну структуру обраного підприємства: тип структури, перелік та ієрархію підрозділів, характер підпорядкування та взаємодії між ними, наявність та зміст внутрішньокорпоративних нормативних документів тощо.

«Чим більше продукції, тим більше потрібно споживачів»

Е. Каретті

Тема

4

АНАЛІЗ ПРОДУКЦІЇ (РОБІТ, ПОСЛУГ) ПІДПРИЄМСТВА

Ключові поняття і терміни

- *продукція;*
- *товар;*
- *робота;*
- *послуга;*
- *профільна діяльність;*
- *якість продукції (товарів, робіт, послуг);*
- *конкурентоспроможність продукції (товарів, робіт, послуг)*

4.1. Ідентифікація вихідних параметрів профільної діяльності підприємства.

4.2. Оцінювання результативності виробництва та збуту.

4.3. Діагностика якості та конкурентоспроможності продукції підприємства.

Досягнення головної мети та завдань діяльності підприємства неможливі без продукування актуальних для ринку товарів (продукції, робіт, послуг). Саме тому визначальним етапом бізнес-діагностики суб'єкта господарювання є дослідження процесів виробництва і реалізації продукції (робіт, послуг). Від обся-

гу, структури, якості та конкурентоспроможності випущеної продукції залежать не лише результати діяльності підприємства (обсяги доходів і витрат, прибутковість діяльності, фінансово-майновий стан), а й рівень задоволення конкретних потреб населення, розвиток економіки регіону та країни в цілому.

Основні напрями діагностики продукції (робіт, послуг) підприємства відображено на рис. 4.1.



Рис. 4.1. Аспекти дослідження продукції підприємства

Результати діагностики вказаних аспектів мають сприяти розробленню і реалізації управлінських рішень, спрямованих на зростання обсягів доходу компанії та рівня прибутковості її функціонування через повніше задоволення споживачів підприємства. Основними джерелами інформації для цього етапу бізнесдіагностики є паспорти основних виробничих бізнес-процесів, дані виробничої програми підприємства, плани з реалізації продукції, укладені контракти на поставку продукції (надання послуг, виконання робіт), огляди кон'юнктури цільового ринку, накопичувальні відомості здавання готової продукції на склад, результати випробувань служб сертифікації та внутрішнього контролю, а також форми державних статистичних спостережень

№ 1-П «Терміновий звіт про виробництво промислової продукції (товарів, послуг) за видами», № 1-послуги «Звіт про обсяги реалізованих послуг», № 1-кб «Звіт про виконання будівельних робіт», № 1-ціни (пром) «Звіт про ціни виробників промислової продукції», № 1-ціни (послуги) «Звіт про ціни підприємств-виробників послуг», № 11-ОЗ «Звіт про наявність та рух основних засобів, амортизацію (знос)» тощо.



4.1. Ідентифікація вихідних параметрів профільної діяльності підприємства

Починати діагностику процесів виробництва і реалізації продукції підприємства слід з вивчення вихідних параметрів цих процесів, що дасть змогу зрозуміти логіку його діяльності. У цьому контексті досліджують ланцюжки бізнес-процесів зі створення профільної продукції підприємства, рівень диверсифікації діяльності, тип виробництва, забезпеченість профільної діяльності виробничою інфраструктурою, динаміку виробничої потужності підприємства, прогресивність використовуваних виробничих технологій і засобів виробництва, забезпеченість виробничих і маркетингових процесів необхідною кількістю працівників, відповідність їх освітньо-кваліфікаційного рівня та ділових якостей виконуваним функціям тощо.

Логіка господарювання вимагає щоб підприємство забезпечувало позитивний фінансовий результат за рахунок своєї профільної (основної) діяльності, тобто, щоб хлібозавод отримував левову частину своїх доходів від виробництва і реалізації хлібобулочних і кондитерських виробів, машинобудівне підприємство — від виготовлення та продажу машин, обладнання тощо. *Основна діяльність* — операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу [23]. Результати основної діяльності знаходять своє втілення у обсязі чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг).

Разом з тим диверсифікація як суспільна форма організації виробництва може забезпечити підприємству ряд переваг. По-перше, вона є важливим засобом управління фінансовими ризи-

ками. Орієнтація діяльності на виготовлення і реалізацію обмеженої кількості номенклатурно-асортиментних позицій, внаслідок погіршення кон'юнктури їх цільового ринку може призвести до серйозних економічних втрат або навіть до банкрутства такого підприємства. В умовах диверсифікації виробництва збитки по одних напрямках діяльності можуть бути компенсовані фінансовим результатом від інших видів діяльності. Тому підприємства з диверсифікованим виробництвом відзначаються вищою стійкістю економіки, особливо в умовах мінливого зовнішнього середовища і прояву кризових явищ: інфляції, неплатежів, низької платоспроможності населення та ін.

По-друге, диверсифікація дає змогу підприємствам повніше використовувати свої приміщення, активну частину основних засобів, матеріальні ресурси та робочу силу і завдяки цьому пом'якшити сезонність виробництва, підвищити зайнятість працівників, отримати додатковий дохід від своєчасної і продуманої галузевої маневреності, швидше нарощувати обсяги виробництва тих видів продукції, на які є попит і формується прийнятна ціна, а також частково скорочувати виробництво інших видів продукції, ринок якої на цьому етапі має несприятливу кон'юнктуру.

По-третє, диверсифікація підприємств, зокрема галузева вертикально інтегрована диверсифікація, дає змогу отримувати синергійний ефект і тим самим, за однакових інших умов, підвищувати ефективність виробництва.

Одночасно диверсифікація несе підприємствам і певні загрози. Вона не завжди дає змогу використати переваги спеціалізованого виробництва, а тому до відомого ступеня є його антиподом. Адже розвиток багатьох галузей розпорошує ресурси підприємства, а тому нерідко не вдається досягти по окремих з них раціональної концентрації. В результаті підприємство втрачає ефект масштабу виробництва. Потрібно також мати на увазі, що управляти диверсифікованим виробництвом значно складніше порівняно з недиверсифікованим. Тут менеджери і спеціалісти повинні мати різнобічну фахову підготовку, їм доводиться враховувати значно більше чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, що підвищує ризик прийняття недостатньо обґрунтованих рішень.

Для оцінювання загального рівня концентрації (диверсифікації) діяльності підприємства досліджують структуру його доходів, первинні параметри яких відображає звіт про фінансові результати.

Приклад 4.1

Проаналізуємо структуру сукупних доходів ПуАТ «Авангард» у x_0 — x_1 роках

Вид доходу	x_0 р.		x_1 р.	
	обсяг, тис. грн	частка у сукупних доходах, %	обсяг, тис. грн	частка у сукупних доходах, %
<i>Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), р.035</i>	59 899	93,382	62249	93,430
<i>Інші операційні доходи, р.060</i>	3383	5,274	4361	6,545
<i>Дохід від участі в капіталі, р.110</i>	0	0,000	0	0,000
<i>Інші фінансові доходи, р.120</i>	0	0,000	0	0,000
<i>Інші доходи, р.130</i>	862	1,344	16	0,024
<i>Надзвичайні доходи, р.200</i>				
<i>Разом доходів</i>	64 144	100,000	66626	100

Як видно з даних таблиці, переважна частина (93,4 %) сукупних доходів ПуАТ «Авангард» протягом x_0 — x_1 років припадала на основну діяльність — виробництво і реалізацію продукції (товарів, робіт, послуг), що свідчить про концентрацію зусиль компанії на профільній діяльності.

Аналіз процесів концентрації, що базується на вивченні структури об'єктів у економіко-статистичних дослідженнях здійснюється за допомогою вже відомого коефіцієнта Герфіндаля—Хіршмана, однак для цього аспекту дослідження ціннішим є аналіз саме диверсифікації, як одного зі способів підвищення гнучкості підприємства. Враховуючи те, що диверсифікація є протилежним процесом до концентрації, коефіцієнт диверсифікації може бути розрахований так:

$$k_d = 1 - \sum_{i=1}^n q_i^2 \quad (4.1)$$

де q_i — частка i -ї номенклатурної позиції в сукупній чистій виручці від реалізації продукції.

Чим ближче коефіцієнт диверсифікації до одиниці, тим вищою є диверсифікація діяльності підприємства. Якщо $k_d < 0,5$, то концентрація діяльності вище за диверсифікацію. Розрахунок коефіцієнта диверсифікації доцільний не лише у розрізі напрямів діяльності, а й окремих товарно-номенклатурних позицій, ринків, територіальних відділень тощо.

Приклад 4.2

Обчислимо значення коефіцієнта диверсифікації за даними таблиці 4.1:

➤ за 2008 рік: $k_d^{2008} = 1 - (0,93382^2 + 0,05274^2 + 0,01344^2) = 0,125$;

➤ за 2009 рік: $k_d^{2009} = 1 - (0,9343^2 + 0,06545^2 + 0,00024^2) = 0,123$

Оскільки $k_d < 0,5$ і зменшується протягом аналізованого періоду, то можна говорити про посилення концентрації діяльності товариства.

Особливості діяльності підприємства істотно залежать від типу виробництва — класифікаційної категорії виробництва, яка враховує такі його властивості, як широта номенклатури, регулярність, стабільність і масштаби випуску продукції. Прийнято виділяти три основні типи виробництва:

◆ *одиничне виробництво* характеризується широкою номенклатурою продукції, малим обсягом випуску однакових виробів, повторне виготовлення яких здебільшого не передбачається;

◆ *серійне виробництво* має обмежену номенклатуру продукції, виготовлення окремих виробів періодично повторюється певними партіями (серіями) і сумарний їх випуск може бути досить значним;

◆ *масове виробництво* характеризується вузькою номенклатурою продукції, великим обсягом безперервного і тривалого виготовлення окремих виробів.

Окремо виділяють *дослідне виробництво*, що в ньому виготовляються зразки або партії (серії) виробів для проведення дослідних робіт, випробувань, доопрацювання конструкцій. За дослідними зразками розробляється конструкторська та технологічна документація для серійного або масового виробництва. За своїми характеристиками дослідне виробництво близьке до одиничного.

Належні умови перебігу основних виробничих процесів покликані забезпечити об'єкти виробничої інфраструктури. До ви-

робничої інфраструктури підприємства належать підрозділи, які не беруть безпосередньої участі у створенні профільної продукції, але своєю діяльністю створюють умови, необхідні для роботи основних виробничих цехів. Найважливішими компонентами виробничої інфраструктури є:

- ◆ ремонтне господарство, що забезпечує технічний огляд, налагодження та ремонт технологічного, енергетичного, транспортного та іншого устаткування;

- ◆ інструментальне господарство, що відповідає за виготовлення або замовлення у зовнішніх осіб необхідного інструменту, оснастки;

- ◆ енергетичне господарство, завдання якого полягають у забезпеченні підрозділів підприємства електричною, тепловою енергією, паром, газом, стиснутим повітрям з необхідними характеристиками;

- ◆ транспортне господарство, що здійснює внутрішньозаводські та зовнішні переміщення вантажів, виконання вантажно-розвантажувальних робіт;

- ◆ складське господарство, на яке покладаються завдання зі зберігання та відпуску придбаних матеріальних ресурсів, напівфабрикатів, готової продукції.

Оцінюючи функціонування об'єктів виробничої інфраструктури, звертають увагу передусім на собівартість такої проміжної продукції (послуг) та відповідність її якості потребами виробництва і збуту. У разі ідентифікації незадовільних результатів функціонування вказаних об'єктів розглядають доцільність аутсорсингу окремих функцій.

Найважливішою кількісною характеристикою техніко-технологічної бази виробництва є виробнича потужність підприємства. *Виробнича потужність* — це максимально можливий випуск підприємством (його структурним підрозділом) продукції необхідної якості в передбаченій номенклатурі за певний час (зміну, добу, місяць, рік) і за повного завантаження обладнання і виробничих площ у прийнятому режимі роботи з застосуванням передової технології, організації виробництва і праці.

Виробнича потужність визначається в натуральних, умовно-натуральних (умовна банка консервів, умовна цеглина, умовний лист шиферу), а у багатомономенклатурному виробництві — і у вартісних вимірниках. У процесі дослідження можуть бути виявлені наступні види виробничої потужності:

- 1) проектна виробнича потужність — величина можливого випуску продукції умовної номенклатури за одиницю часу,

визначена при проектуванні чи реконструкції виробничої одиниці;

2) ефективна виробнича потужність — величина можливого випуску продукції, що в умовах конкуренції дозволяє максимізувати прибуток. Вона менша або дорівнює проектній. Наприклад, на підприємстві є технологічна лінія з випуску продукції, яка не користується попитом. В цій ситуації таку технологічну лінію краще не включати в роботу, тоді підприємство отримає певну економію матеріальних, трудових та фінансових ресурсів;

3) резервна — потужність, що створюється на підприємствах паливно-енергетичного, агропромислового комплексу, транспорту тощо для виконання цільових завдань в екстремальних ситуаціях за умов «пікових» і сезонних навантажень;

4) поточна — фактично досягнута, діюча виробнича потужність підприємства (цеху, лінії, агрегата), що визначається періодично у зв'язку зі зміною умов виробництва (номенклатури і структури трудомісткості продукції).

Крім величини виробничої потужності слід охарактеризувати рівень її освоєння та використання. Так, *коефіцієнт освоєння проектної потужності* обчислюють як відношення величини поточної до проектної потужності, а *коефіцієнт використання виробничої потужності* — як відношення річного випуску продукції до середньої за цей період величини виробничої потужності.

4.2. Оцінювання результативності виробництва та збуту



Обсяги виробництва і реалізації продукції

Наступним аспектом дослідження процесів виробництва і реалізації продукції є вивчення динаміки обсягів і структури продукції підприємства. Обсяги виробництва продукції можуть бути виражені в натуральних (шт., м², л, т тощо), умовно-натуральних (умовні банки консервів, умовні цеглини і інше) і вартісних вимірниках. Для узагальнюючої характеристики виробничої діяльності підприємства, а також зіставлення результатів окремих галузей і промисловості в цілому найактуальнішим є визначення обсягу продукції у вартісному виразі, вихідними даними при

цьому є випуск продукції в натуральному виразі та ціни. Основними вартісними показниками виготовлення продукції (надання послуг, виконання робіт) є обсяги товарної, валової, чистої та реалізованої продукції.

Обсяг товарної продукції — це загальна вартість усіх видів готової продукції, робіт і послуг виробничого характеру, що призначені та підготовлені до реалізації зовнішнім відносно продуцента споживачам. Він визначається так:

$$Q_{\text{т.п.}} = \sum_{i=1}^n Q_i^{\text{вир.}} \cdot C_i + Q_{\text{нпрз}}, \quad (4.2)$$

де $Q_i^{\text{вир.}}$ — обсяг виробництва i -го виду продукції в натуральних одиницях; C_i — відпускна ціна одиниці i -ї продукції; $Q_{\text{нпрз}}$ — обсяг напівфабрикатів власного виробництва, робіт та послуг, наданих зовнішнім споживачам. Товарна продукція планується у діючих (для визначення обсягу продажу) і порівняльних цінах (для аналізу динаміки обсягів виробництва).

Для підприємств, тривалість виготовлення продукції яких є значною (авіабудування, суднобудування, будівництво тощо), доцільним є визначення обсягу валової продукції, який дозволяє оцінити сукупні результати виробничих операцій. *Обсяг валової продукції* ($Q_{\text{в.п.}}$) — вартість усієї виробленої продукції підприємства незалежно від ступеня її готовності та прав власності на використані сировину і матеріали (операції з давальницькою сировиною).

$$Q_{\text{в.п.}} = Q_{\text{т.п.}} + \Delta\text{ЗНВ} + \text{ВСМЗ}, \quad (4.3)$$

де $\Delta\text{ЗНВ}$ — зміна обсягу залишків незавершеного виробництва; ВСМЗ — вартість сировини і матеріалів замовника.

Обсяг чистої продукції характеризує новостворену (додаткову) вартість, як різницю між вартістю продукції та витратами уречевленої праці (засобів виробництва і предметів праці):

$$Q_{\text{ч.п.}} = Q_{\text{т.п.}} - (A + M), \quad (4.4)$$

де A — сума амортизаційних відрахувань як витрата засобів виробництва; M — матеріальні витрати (витрати предметів праці: сировини, матеріалів, пального, енергії).

Обсяг реалізованої продукції показує величину продукції, яка відвантажена споживачеві і за яку надійшли на поточний рахунок (в касу) підприємства або мають надійти кошти у зазначений термін. В Україні продукція вважається реалізованою з моменту

передачі прав на неї споживачу, незалежно від того, оплачена вона чи ні.

$$Q_{р.п} = Q_{т.п} - \Delta ЗГП, \quad (4.5)$$

де $\Delta ЗГП$ — зміна залишків готової продукції на складі протягом періоду.

Обсяг реалізації продукції (робіт, послуг) характеризує величина чистого доходу (виручки) від реалізації продукції, яка на відміну від загального доходу (виручки) не враховує непрямі податки на продукцію підприємства, що закладені в її відпускній ціні (акциз, ПДВ), суму наданих знижок і вартість повернених товарів.

Приклад 4.3

Визначити щорічні темпи зміни обсягів виробництва і реалізації продукції підприємства, виходячи з таких даних:

Рік	Обсяг виробництва, тис. грн	Обсяг реалізації продукції, тис. грн
1	21 400	20 690
2	22 600	23 100
3	20 350	19 950
4	23 820	22 500

Розв'язання

1. *Визначимо базисні та ланцюгові темпи динаміки обсягів продукції:*

Рік	Обсяг виробництва, тис. грн	Темп зміни обсягів виробництва		Обсяг реалізації продукції, тис. грн	Темп зміни обсягів реалізації	
		базисний	ланцюговий		базисний	ланцюговий
1	21 400	1,0000	—	20 690	1,0000	—
2	22 600	1,0561	1,0561	23 100	1,1165	1,1165
3	20 350	0,9509	0,9004	19 950	0,9642	0,8636
4	23 820	1,1131	1,1705	22 500	1,0875	1,1278

2. *Обчислимо щорічні усереднені темпи зміни обсягів:*

✓ *виробництва:* $T_{ср}^B = \sqrt[3]{1,1131} = 1,0364$;

✓ реалізації продукції: $T_{cp}^P = \sqrt[3]{1,0875} = 1,0284$.

Отже, протягом аналізованого періоду щорічно обсяги виробництва зростали в середньому на 3,64 %, а обсяги реалізації продукції — на 2,84 %.

Дослідження номенклатури і асортименту продукції

Значний вплив на результати господарської діяльності справляє номенклатура, асортимент і структура виробництва і реалізації продукції. Під *номенклатурою* розуміють перелік найменувань продукції, завдання з випуску яких передбачені у виробничій програмі певного періоду. *Асортимент* — сукупність видів кожного з найменувань продукції, що відрізняються відповідними техніко-економічними параметрами. При цьому основними показниками номенклатури виготовлюваної продукції є:

- ◆ глибина — варіанти пропонування кожного окремого товару в межах асортиментної групи;
- ◆ ширина — загальна кількість асортиментних груп, що їх виробляє підприємство;
- ◆ насиченість — загальна кількість окремих товарів, які входять до складу товарної номенклатури;
- ◆ гармонійність — ступінь подібності товарів різних асортиментних груп з погляду їх кінцевого використання, вимог до організації виробництва або інших параметрів.

Оцінювання виконання угод з номенклатури (асортименту) продукції відбувається, як правило, з допомогою коефіцієнта, що визначається діленням загального фактичного обсягу випуску продукції (зарахованого як виконання угод по асортименту) на загальний випуск продукції за угодами (продукція, виготовлена поза угодами, не враховується).

Ідентифікація стадії життєвого циклу продукції

Важливим аспектом дослідження виробництва і реалізації продукції є ідентифікація стадії життєвого циклу окремих товарів підприємства. Концепцію життєвого циклу продукції уперше було представлено Т. Левіттом у 1965 році, а пізніше доопрацьовано Ф. Котлером. У основу концепції життєвого циклу покладено визнання того, що можливість успішного продажу конкретного товару на ринку є функцією часу. Життєвий цикл товару харак-

теризується коливанням обсягів продажу і прибутку від його реалізації. Загалом виділяють чотири етапи життєвого циклу товару:

✓ стадія *впровадження* — період появи товару на ринку, коли підприємство, намагаючись здобути клієнтів, пропонує продукцію за низькими цінами. Завдяки високим витратам і невеликому обсягу виробництва і реалізації товар може не приносити прибутку;

✓ стадія *зростання* характеризується інтенсивним визнанням товару споживачами, збільшенням обсягів реалізації та прибутку;

✓ стадія *зрілості* передбачає уповільнення темпів зростання обсягів реалізації. Прибуток від товару стабілізується або може навіть дещо зменшитися внаслідок додаткових витрат на маркетингові заходи з метою протидії конкурентам і залучення нових споживачів;

✓ стадія *спаду* характеризується сталим зменшенням обсягів продажу товару, його відпускних цін, а, відтак, і прибутку від реалізації.

Ідентифікація стадії життєвого циклу конкретної номенклатурної позиції передбачає дослідження динаміки обсягів виробництва і реалізації товару, методу ціноутворення, рівня його рентабельності протягом усього часу випуску.

Важливим фактором конкурентоспроможності продукції, а також прибутковості діяльності підприємства є *ціни* на його товари. Здійснюючи діагностику в цьому аспекті, вивчають:

- 1) застосовувані методи ціноутворення та особливості державного регулювання цін на окремі товари;
- 2) норму прибутковості за окремими виробами;
- 3) динаміку роздрібних та оптових цін за товарами;
- 4) особливості кредитної політики підприємства: технологія оплати продукції, умови, термін і вартість надання комерційного кредиту покупцям, система знижок та штрафних санкцій тощо.

Дослідження ефективності служб маркетингу

У сучасних економічних реаліях функції служб маркетингу не обмежуються лише просуванням і реалізацією продукції підприємства. Такі відділи повинні на основі ґрунтовного аналізу існуючого ринку, врахування поточних і майбутніх потреб споживачів, ресурсних можливостей підприємства, визначити перелік продуктів та їх параметрів (ціна, якість), які компанія пропонуватиме своїм клієнтам.

Таблиця 4.1

**ОКРЕМІ ПОКАЗНИКИ ОЦІНЮВАННЯ
ЕФЕКТИВНОСТІ СЛУЖБ МАРКЕТИНГУ**

Показник	Порядок розрахунку	Трактування значення
Коефіцієнт використання виробничої потужності ($k_{в.в.п}$)	$k_{в.в.п} = \frac{Q_{вир}}{ВП_{ср}},$ де $ВП_{ср}$ — середня за період величина виробничої потужності підприємства.	характеризує рівень ділової активності підприємства. Свідчить про ефективність взаємодії виробництва та маркетингової служби
Коефіцієнт забезпеченості угодами ($k_{з.у}$)	$k_{з.у} = \frac{Q_{зам}}{Q_{пл}^{вир}},$ де $Q_{зам}$ — загальний обсяг укладених контрактів на період, що аналізується; $Q_{пл}^{вир}$ — плановий обсяг виробництва продукції за цей же період.	характеризує ступінь узгодженості обсягів виробництва продукції підприємством та зацікавленості проміжних і кінцевих її споживачів
Коефіцієнт затоварення готовою продукцією ($k_{зат}$)	$k_{зат} = \frac{ЗГП_{ср}}{Q_{вир}},$ де $ЗГП$ — середні за період залишки готової продукції на складі; $Q_{вир}$ — обсяг виробництва продукції за період	показує частку виробленої продукції, що не була реалізована споживачам. Характеризує ефективність роботи служби маркетингу щодо збуту зокрема

Крім того, ефективність маркетингової діяльності на підприємстві може бути охарактеризована такими показниками, як: відсоток виконання плану реалізації продукції; зміна обсягів реалізації продукції; обсяг реалізації продукції в розрахунку на одного працівника, який займається збутом; кількість клієнтів підприємства; середній обсяг замовлення одного клієнта; середній період надходження коштів за реалізовану продукцію тощо.

Дослідження ритмічності виробництва і збуту продукції

Велике значення для забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства має ритмічність виробництва і збуту продукції. Під *ритмічністю* розуміють рівномірний характер здійснення того чи іншого процесу, що за обсягами і строка-

ми перебігу відповідає плановим параметрам. Ритмічне здійснення господарських операцій сприяє зниженню витратності функціонування, зростанню прибутку і свідчить про раціоналізацію діяльності підприємства. Неритмічне виконання виробничих і збутових процесів спричинює зниження якості продукції, іммобілізацію оборотних коштів у понаднормативних обсягах незавершеного виробництва, залишки готової продукції, що, у свою чергу, сповільнює оборотність капіталу, призводить до невиконання контрактних зобов'язань тощо.

Оцінюючи ритмічність господарських операцій, застосовують дві групи індикаторів:

1) *прямі*: коефіцієнт ритмічності, коефіцієнт аритмічності, частки обсягів випуску за кожну декаду в місячному обсязі виробництва продукції тощо;

2) *непрямі*: втрати від простою виробництва, доплати за понадурочні роботи, втрати від браку, оплата штрафних санкцій за зрив контрактних зобов'язань, додаткові витрати на утримання понаднормативних запасів незавершеного виробництва й готової продукції, втрата ділової репутації.

Узагальнюючим показником рівномірності випуску й реалізації продукції є *коефіцієнт ритмічності* ($k_{\text{ритм}}$), який розраховують як відношення суми фактично випущеної (реалізованої) продукції (в межах плану) за ряд послідовних проміжків часу аналізованого періоду до суми планового випуску (реалізації) продукції за цей же період часу. При цьому, чим ближче $k_{\text{ритм}}$ до одиниці, тим рівномірніше виконується завдання.

Приклад 4.4

Здійснити аналіз ритмічності виробництва продукції за звітний місяць, виходячи з таких даних:

Декада місяця	Обсяг випуску продукції, т		Зараховується у виконання плану (найменша з планової та фактичної величин), т
	план	факт	
<i>Перша</i>	<i>15</i>	<i>14</i>	<i>14</i>
<i>Друга</i>	<i>17</i>	<i>15</i>	<i>15</i>
<i>Третя</i>	<i>20</i>	<i>24</i>	<i>20</i>
<i>Разом</i>	<i>52</i>	<i>53</i>	<i>49</i>

Отже, $k_{\text{ритм}} = \frac{49 \text{ т}}{52 \text{ т}} \approx 0,9423$. Тобто, за звітний місяць 94,23 % продукції було випущено з дотриманням строків, встановлених виробничою програмою.

Для оцінювання ритмічності виробництва можна визначати коефіцієнт аритмічності ($k_{\text{аритм}}$), що обчислюється як відношення суми абсолютних відхилень величин, що зараховуються у виконання плану, від планового обсягу виробництва (реалізації) продукції, до планового обсягу виготовлення (продажу) продукції за аналізований період. Або ж:

$$k_{\text{аритм}} = 1 - k_{\text{ритм}} \quad (4.6)$$

У нашому прикладі це становить:

$$k_{\text{аритм}} = \frac{|14 - 15| + |15 - 17|}{52} = \frac{3}{52} \approx 0,0577 \text{ або } k_{\text{аритм}} = 1 - 0,9423 \approx 0,0577.$$

Аналіз реалізації продукції тісно пов'язаний з вивченням виконання договірних зобов'язань щодо поставок продукції. Невиконання плану за договорами для підприємства зумовлює зменшення виручки, прибутку, виплату контрагентам штрафних санкцій. Як наслідок, підприємство може втратити ринки збуту, що, у свою чергу, призведе до спаду виробництва. Відсоток виконання договірних зобов'язань визначається діленням різниці між плановим обсягом відвантаженої продукції за угодами та абсолютною величиною його недовиконання за плановий період на плановий обсяг відвантаження.



4.3. Діагностика якості та конкурентоспроможності продукції підприємства

Оцінювання якості продукції підприємства

Важливим показником ефективності виробничої діяльності підприємства є якість його продукції (робіт, послуг). Під *якістю продукції* розуміють сукупність властивостей товару, що відображають ступінь його придатності до задоволення визначеної потреби людини відповідно до свого призначення. Підви-

щення якості продукції, що пропонується споживачам, — один із ключових факторів успіху в конкурентній боротьбі, завдяки якому відбувається завоювання і втримання позицій на ринку. Високий рівень якості товарів сприяє підвищенню попиту на продукцію, збільшенню суми прибутку не лише за рахунок зростання натуральних обсягів реалізації, а й за рахунок вищих цін на таку продукцію.

Діагностуючи якість продукції підприємства необхідно оцінити індивідуальні (групові та одиничні), узагальнювальні та непрямі її показники. Індивідуальні (одиничні) показники якості товару характеризують одну із його властивостей (табл. 4.2).

Таблиця 4.2

ІНДИВІДУАЛЬНІ (ГРУПОВІ ТА ОДИНИЧНІ) ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ

Група показників	Зміст характеристики	Окремі показники за групами
1. Призначення	характеризують основну властивість товару, що визначає його сутність	<ul style="list-style-type: none"> ◆ продуктивність; ◆ потужність; ◆ вміст корисної речовини; ◆ калорійність тощо
2. Надійності, довговічності і безпеки	оцінюють спроможність товару виконувати необхідні функції за визначених умов	<ul style="list-style-type: none"> ✓ безвідмовність роботи; ✓ технічний ресурс; ✓ граничний термін зберігання; ✓ ремонтпридатність; ✓ довговічність
3. Екологічні	показують рівень негативного впливу на людину та довкілля	<ul style="list-style-type: none"> ➤ токсичність; ➤ радіоактивність; ➤ вміст шкідливих речовин; ➤ обсяг шкідливих викидів
4. Технологічності	відображають можливість оптимізації витрат виробничих та часових ресурсів під час технологічної підготовки, виробництва та використання товару	<ul style="list-style-type: none"> ● трудомісткість використання; ● енергоспоживання; ● транспортабельність
4. Економічні	характеризують рівень економічної вигоди від використання товару споживачем	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ціна товару; ◆ розмір прибутку на одиницю виготовленої за допомогою об'єкта продукції; ◆ вартість доповнюючих та витратних матеріалів, технічного обслуговування (рівень експлуатаційних витрат)

Група показників	Зміст характеристики	Окремі показники за групами
5. Ергономічні	визначають відповідність техніко-експлуатаційних параметрів антропометричним, фізіологічним та психологічним параметрам працівника (споживача)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ зручність управління; ✓ можливість повного контролю процесу використання; ✓ величина шуму, вібрації тощо
6. Естетичні	характеризують чуттєве сприйняття споживачем фізичних параметрів товару	<ul style="list-style-type: none"> ➤ рівень інформаційної виразності; ➤ цілісність композиції
7. Патентно-правові	відображають ступінь захисту та рівень використання нових рішень у виробі	<ul style="list-style-type: none"> • коефіцієнт патентного захисту; • коефіцієнт патентної чистоти

Досить надійним показником якості може бути також і відповідність виробу міжнародним стандартам. Крім того, використовують такі загальні об'єктивні показники якості продукції:

- ✓ сортність (легка, харчова, хімічна та інші галузі промисловості);
- ✓ марочність (харчова, промисловість будівельних матеріалів);
- ✓ вміст корисних речовин або шкідливих домішок (% до загального обсягу або ваги);
- ✓ строк служби (ресурс) і надійність;
- ✓ основний параметр призначення (міцність металів, калорійність харчових продуктів, теплотворність палива тощо).

Узагальнювальні показники характеризують якість усієї виробленої підприємством продукції незалежно від її виду і призначення. До таких показників належать:

- ◆ частка нової продукції в загальному її випуску;
- ◆ частка продукції вищої категорії якості;
- ◆ середній коефіцієнт сортності;
- ◆ частка сертифікованої продукції;
- ◆ частка продукції, що відповідає світовим стандартам;
- ◆ частка продукції, що експортується (у тому числі у високорозвинені країни);
- ◆ зведений індекс якості товарів;
- ◆ кількість і вартість рекламаций від покупців;
- ◆ кількість і сума штрафів за поставку неякісної продукції;

- ◆ частка браку;
- ◆ відсоток повернення продукції для виправлення дефектів тощо.

Показник сортності розраховується не в усіх галузях промисловості, а лише на тих підприємствах, де є розподіл продукції за сортами або встановлюються різні ціни залежно від якості продукції (легка, харчова, хімічна промисловість тощо). На таких підприємствах як узагальнювальні показники використовують коефіцієнт сортності та середню ціну виробу у зіставних величинах, при цьому середній сорт і середня ціна визначаються за середньою арифметичною зваженою величиною.

Визначення виконання плану за сортністю продукції найкраще слід здійснювати способом першосортних одиниць. Такий спосіб передбачає обчислення додаткових посортних перевідних коефіцієнтів, які враховують існуючі цінові співвідношення між окремими сортами. Для цього за базу беруть ціну одиниці продукції найвищого сорту і розраховують відповідні коефіцієнти діленням ціни кожного сорту на ціну базового сорту.

Потім обчислюють середній плановий та фактичний коефіцієнти сортності діленням суми добутоків посортних коефіцієнтів і відповідних обсягів продукції на загальний обсяг продукції. Аналогічні значення можна отримати підсумовуванням добутоків посортних коефіцієнтів та відповідних часток продукції у її загальному обсязі. Якщо плановий коефіцієнт сортності є більшим за фактичний, то план сортності продукції не виконано.

Приклад 4.5

Визначити ступінь виконання плану за сортністю продукції за таких даних:

Сорт	Ціна, грн/од.	План				Факт	
		Обсяг випуску, од.	частка, %	сума, грн	обсяг випуску, од.	частка, %	сума, грн
<i>Вищий</i>	50	2500	62,5	12 5 000	2620	63,9	131 000
<i>1-й</i>	45	1000	25	45 000	880	21,5	39 600
<i>2-й</i>	35	500	12,5	17 500	600	14,6	21 000
<i>Разом</i>	—	4000	100	187 500	4100	100	191 600

1. Визначимо посортові перевідні коефіцієнти, взявши за базу ціну вищого сорту:

◆ вищого сорту: $k_{\text{псп}}^{\text{в}} = 50/50 = 1$;

◆ першого сорту: $k_{\text{спс}}^1 = 45/50 = 0,9$;

◆ другого сорту: $k_{\text{псп}}^2 = 35/50 = 0,7$.

2. Визначимо плановий та фактичний коефіцієнти сортності:

◆ $k_{\text{с}}^{\text{п}} = (2500 \cdot 1 + 1000 \cdot 0,9 + 500 \cdot 0,7) / 4000 = 0,9375$, або

$k_{\text{с}}^{\text{п}} = 1 \cdot 0,625 + 0,9 \cdot 0,25 + 0,7 \cdot 0,125 = 0,9375$;

◆ $k_{\text{с}}^{\text{ф}} = (2620 \cdot 1 + 880 \cdot 0,9 + 600 \cdot 0,7) / 4100 = 0,9346$, або

$k_{\text{с}}^{\text{ф}} = 1 \cdot 0,639 + 0,9 \cdot 0,215 + 0,7 \cdot 0,146 = 0,9346$.

Оскільки величина фактичного показника є меншою за планову, можна зробити висновок про незначне невиконання плану випуску продукції за сортністю на 0,0029 (0,9375—0,9346) або на 0,29 %.

Одним зі способів отримання інформації щодо динаміки якості продукції підприємства є розрахунок зведеного індексу якості товарів. Обчислення цього показника передбачає ідентифікацію експертним методом переліку найважливіших показників якості, визначення вагомості кожного з показників для задоволення потреб споживачів та обчислення ступеня відповідності оцінюваного параметра продукції підприємства базовий продукції (еталону, стандарти тощо). При цьому формула зведеного індексу якості продукції ($I_{\text{я.з}}$) матиме вигляд:

$$I_{\text{я.з}} = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \frac{r_{ij}^{\text{підпр}}}{r_{ij}^{\text{баз}}} \cdot w_i \cdot w_j, \quad (4.7)$$

де $i = 1..m$ — кількість товарних груп, що оцінюється; $j = 1..n$ — кількість показників якості в межах кожної з товарних груп; $r_{ij}^{\text{підпр}}$, $r_{ij}^{\text{баз}}$ - фактичне значення j -го параметра i -ї товарної групи, відповідно, по оцінюваному підприємству та його базовий рівень; w_i , w_j — коефіцієнти вагомості, відповідно, i -ї товарної групи в загальній оцінюваній номенклатурі продукції та j -го показника якості відповідної групи.

Непрямою характеристикою якості продукції є параметри браку. Випуск бракованої продукції призводить до підвищення її собівартості, зменшення обсягу продукції й зниження прибутку. Брак можна поділити на виправний і невивправний, та внутрішній (ідентифікований на підприємстві) і зовнішній (виявле-

ний споживачами). Аналізуючи брак, досліджують динаміку його суми та частки в загальному обсязі випуску, оцінюють втрати від браку.

Приклад 4.6

Річна вартість випущеної продукції становить 24 500 тис. грн, а її собівартість — 20 000 тис. грн. Визначити втрати товарної продукції та прибутку, виходячи з таких даних:

- ✓ *собівартість виявленої на підприємстві бракованої продукції — 180 тис. грн;*
- ✓ *витрати на усунення браку — 50 тис. грн;*
- ✓ *вартість браку за ціною можливого використання — 70 тис. грн;*
- ✓ *вирахування з винуватців браку — 18 тис. грн.*

Розв'язання

1. Сукупні втрати від браку складуть: $180 + 50 - 70 - 18 = 142$ (тис. грн).
2. Рівень рентабельності продукції становить:

$$P_{\text{пр}} = \frac{\Pi}{\text{СВ}} = \frac{24\,500 - 20\,000}{20\,000} \cdot 100\% = 22,5\%.$$

Такий рівень рентабельності показує, що фактична виручка від реалізації продукції перевищує її собівартість у 1,225 разу.

3. Звідси, фактичні втрати (недовиробництво) товарної продукції складуть:

$$V_{\text{т.п}} = \frac{100\% + 22,5\%}{100\%} \cdot 142 = 173,95 \text{ (тис. грн)}.$$

4. Недоотримання прибутку становитиме:

$$V_{\Pi} = 142 \cdot 0,225 = 31,95 \text{ (тис. грн)}.$$

Оцінювання конкурентоспроможності продукції

Повна характеристика ринкової позиції підприємства неможлива без оцінки конкурентоспроможності його продукції. *Конкурентоспроможність продукції* — це динамічна характеристика продукту, що формується за наявності найважливіших для по-

треб ринку споживчих властивостей товару, що вигідно відрізняють його від аналогічної пропозиції конкурентів. Спрощений алгоритм оцінювання конкурентоспроможності продукції, представленої на ринку, є таким:

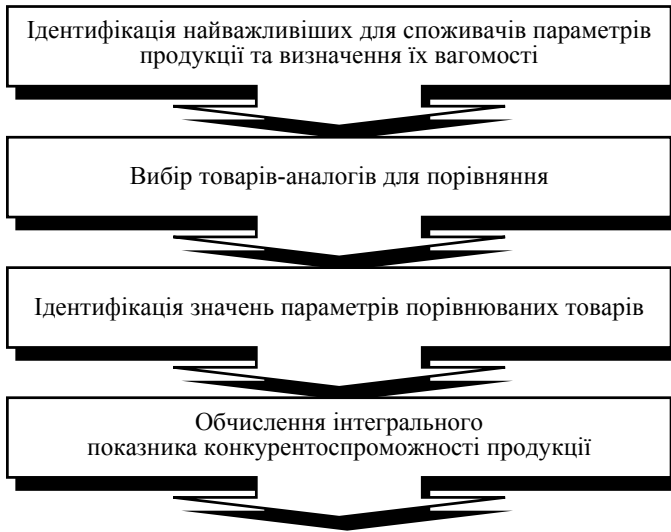


Рис. 4.2. Алгоритм визначення конкурентоспроможності продукції

Вибираючи найважливіші для споживача параметри, слід враховувати сучасне маркетингове розуміння товару як сукупності трьох складових: основної (ключової) цінності, реального виконання (якість, ціна, імідж виробника, упаковка) та сервісних параметрів (умови розрахунків, гарантійне та післягарантійне обслуговування, супутні послуги). Загалом індекс конкурентоспроможності продукції може бути обчислений так:

$$I_k = \sum_{i=1}^n q_i \cdot k_i, \quad (4.8)$$

де q_i — індекс відповідності еталону за i -им параметром; k_i — коефіцієнт вагомості i -го параметра.

Продукція з найбільшим значенням I_k визнається найконкурентоспроможнішою.

При визначенні індексів відповідності еталону слід враховувати бажану спрямованість відповідного параметра. Для тих пара-

метрів, для яких позитивним є якомога вищий рівень, індекс відповідності еталону обчислюють за формулою:

$$q_i^{p \rightarrow \max} = \frac{P_i}{P_{e(\max)}}. \quad (4.9)$$

Якщо, параметра бажаним є мінімальний рівень показника, то індекс його відповідності еталону визначають так:

$$q_i^{p \rightarrow \min} = \frac{P_{e(\min)}}{P_i}, \quad (4.9)$$

де p_i — рівень i -го одиничного параметра продукції оцінюваного підприємства; $P_{e(\max)}$, $P_{e(\min)}$ — еталонне (відповідно, максимальне й мінімальне) значення параметра.

Резюме теми

Аналіз продукції (робіт, послуг) підприємства доцільно проводити у таких аспектах: вихідні параметри виробничих процесів, обсяги і структура виробництва і реалізації, номенклатура та асортимент, стадія життєвого циклу продукції, ціни, ритмічність виробництва і збуту, якість та конкурентоспроможність продукції. Основними джерелами інформації для цього етапу бізнесдіагностики є паспорти основних виробничих бізнес-процесів, дані виробничої програми підприємства, плани реалізації продукції, укладені контракти на поставки продукції (надання послуг, виконання робіт), огляди кон'юнктури цільового ринку, накопичувальні відомості здавання готової продукції на склад, результати випробувань служб сертифікації та внутрішнього контролю, а також форми державних статистичних спостережень № 1-П «Терміновий звіт про виробництво промислової продукції (товарів, послуг) за видами», № 1-послуги «Звіт про обсяги реалізованих послуг», № 1-кб «Звіт про виконання будівельних робіт», № 1-ціни (пром) «Звіт про ціни виробників промислової продукції», № 1-ціни (послуги) «Звіт про ціни підприємств-виробників послуг», № 11-ОЗ «Звіт про наявність і рух основних засобів, амортизацію (знос)» тощо.

Результати діагностики зазначених аспектів мають сприяти розробленню і реалізації управлінських рішень, спрямованих на повніше задоволення потреб споживачів, зростання обсягів доходів компанії та рівня прибутковості її функціонування.



Питання для самоконтролю

1. За якими аспектами здійснюється аналіз продукції (робіт, послуг) підприємства?
2. Які інформаційні джерела використовують для здійснення аналізу продукції (робіт, послуг) підприємства?
3. Які показники застосовують для вимірювання обсягу продукції у грошовому виразі?
4. Як співвідносяться між собою поняття «номенклатура» та «асортимент продукції»? Які параметри їх характеризують?
5. Які стадії життєвого циклу має продукція підприємства?
6. За допомогою яких показників характеризується ритмічність процесів виробництва і збуту продукції? Як їх обчислити?
7. Як співвідносяться поняття «якість» і «конкурентоспроможність продукції»?
8. Які непрямі показники використовуються для характеристики якості продукції?
9. За допомогою яких індивідуальних та узагальнювальних показників може бути описана якість продукції підприємства?
10. Які етапи визначення конкурентоспроможності продукції підприємства?



Тестові запитання

1. Протягом трьох років обсяги реалізації продукції становили: 10 млн грн за перший рік, 12,5 млн грн — за другий рік і 14,4 млн грн — за третій. Який усереднений щорічний відсоток приросту обсягів реалізації продукції?
- a) 1,2 %;
 - b) 12,9 %;
 - c) 120 %;
 - d) 20 %?

2. Якщо обсяг товарної продукції за рік становив 19,5 млн грн, обсяги залишків незавершеного виробництва склали 0,8 млн грн на початок року та 1 млн грн — на його кінець, а вартість використаної давальницької сировини від замовника становила 0,5 млн грн, то обсяг валової продукції за рік становитиме ...

- a) 20,2 млн грн;
- b) 19,8 млн грн;
- c) 19,2 млн грн;
- d) 18,8 млн грн;
- e) правильної відповіді немає.

3. Якщо обсяг товарної продукції за рік склав 25 млн грн, а обсяги залишків готової продукції на складі підприємства склали 1,4 млн грн на початок року та 0,8 млн грн — на його кінець, то обсяг реалізованої продукції за рік становитиме ...

- a) 27,2 млн грн;
- b) 25,6 млн грн;
- c) 24,4 млн грн;
- d) 22,8 млн грн;
- e) правильної відповіді немає.

4. За повного дотримання на підприємстві виробничої програми за обсягами та часом випуску продукції коефіцієнт ритмічності виробництва ($k_{\text{ритм}}$) становитиме ...

- a) $k_{\text{ритм}} = 0$;
- b) $k_{\text{ритм}} = 1$;
- c) $k_{\text{ритм}} > 1$;
- d) $k_{\text{ритм}} \leq 1$.

5. Коефіцієнт ритмічності виробництва розраховується, як ...

- a) відношення фактичного до планового обсягу виробництва;
- b) відношення планового до фактичного обсягу виробництва;
- c) відношення обсягу випуску, зарахованого у виконання плану, до планового обсягу виробництва;
- d) різниця між коефіцієнтом аритмічності і одиницею

6. Якщо у виконання плану реалізації продукції за строками та обсягами зараховано за місяць 639 тис. грн, а плановий обсяг реалізації становив 710 тис. грн, то коефіцієнт аритмічності реалізації продукції становитиме ...

- a) 0,9;
- b) 1,11;

- c) 0,1;
- d) даних для визначення коефіцієнта недостатньо.

7. Відношення загального обсягу укладених контрактів за період, що аналізується, до планового обсягу виробництва продукції за цей же період — так обчислюється коефіцієнт ...

- a) затоварення готовою продукцією;
- b) забезпеченості угодами;
- c) використання виробничої потужності;
- d) рентабельності продажу.

8. Як відношення фактичного обсягу виробництва до середньої за період величини виробничої потужності обчислюють коефіцієнт ...

- a) затоварення готовою продукцією;
- b) забезпеченості угодами;
- c) використання виробничої потужності;
- d) завантаження основних засобів.

9. План сортності випуску продукції є виконаним, якщо ...

- a) плановий коефіцієнт сортності є більшим за фактичний;
- b) фактичний коефіцієнт сортності є не меншим за плановий;
- c) дотримано технології випуску продукції за окремими сортами.

10. Якщо відпускна ціна продукції вищого сорту становить 500 грн/т, першого сорту — 450 грн/т, а третього — 300 грн/т то перевідний коефіцієнт для третього сорту становитиме ...

- a) 0,9;
- b) 1,67;
- c) 0,8;
- d) даних для визначення коефіцієнта недостатньо



Практичні завдання

Задача 4.1

Визначте динаміку рівня диверсифікації діяльності підприємства протягом двох років, виходячи з таких даних:

Вид продукції	Обсяг чистої виручки від реалізації по роках, тис. грн	
	1-й рік	2-й рік
Мотоцикли	21 400	22 660
Мопеди	10 370	14 890
Велосипеди	523	950
Інвалідні візки	480	610
Напівфабрикати та запчастини	1200	1320
Садово-городній інвентар	—	120
Іграшки	—	80

Задача 4.2

Визначте щорічні базисні та ланцюгові темпи зміни обсягів виробництва і реалізації продукції, а також обчисліть їх середньорічне зростання за період, виходячи з таких даних:

Рік	Обсяг виробництва продукції, тис. грн	Обсяг реалізації продукції, тис. грн
1	15 200	15 730
2	15 800	16 050
3	16 150	15 800
4	15 700	15 230
5	15 420	14 950

Задача 4.3

Проаналізуйте ритмічність (коефіцієнти ритмічності і аритмічності) виробництва продукції АТ «Сириус» у першому півріччі 20XX року.

Місяць	Обсяг випуску продукції, тис. грн	
	плановий	фактичний
Січень	490	398
Лютий	550	527

Закінчення табл.

Місяць	Обсяг випуску продукції, тис. грн	
	плановий	фактичний
Березень	635	694
Квітень	710	735
Травень	725	700
Червень	650	743

Задача 4.4

Визначте ступінь виконання плану виробництва за сортністю продукції за таких даних:

Сорт	Ціна, грн/т	Плановий обсяг виробництва, т	Фактичний обсяг виробництва, т
Вищий	4000	350	380
Перший	3750	200	210
Другий	3200	50	30

Задача 4.5

Визначте обсяги недоотримання продукції та втрати прибутку підприємства від браку у ТОВ «Скальд» якщо за звітний рік обсяг виробництва продукції становив 6800 тис. грн, а її собівартість — 5105 тис. грн. Параметри браку у звітному році такі: собівартість виявленої бракованої продукції — 214 тис. грн; витрати на усунення браку — 19 тис. грн; вартість браку за ціною можливого використання — 57 тис. грн; вирахування з винуватців браку — 3,8 тис. грн.

Задача 4.6

Проранжуйте виробників міні-тракторів за ступенем їх конкурентоспроможності, виходячи з таких даних:

Параметр	Значення за виробниками					Ваговий коефіцієнт параметра
	А	Б	В	Г	Д	
Максимальна тягова потужність (КВт)	120	110	130	125	115	0,17
Ресурс до першого капітального ремонту, мото-год.	7500	6200	6000	6500	7000	0,18
Питомі витрати палива (л/КВт-год.)	0,4	0,5	0,6	0,45	0,3	0,25
Вартість базової комплектації, тис. грн	110	115	125	120	100	0,3
Рівень сервісного обслуговування, балів	9	8	7	6	9	0,1



Завдання для написання дипломних робіт

1. Ідентифікуйте параметри та прогресивність техніко-технологічної бази виробництва.
2. Висвітліть особливості процесу створення нової продукції на підприємстві.
3. Опишіть технологію виготовлення профільної продукції підприємства.
4. Визначте параметри номенклатури та асортименту виготовлених виробів (надаваних послуг, виконуваних робіт).
5. Ідентифікуйте існуючих та потенційних споживачів продукції (робіт, послуг) підприємства та охарактеризуйте масштаби і особливості співпраці з ними (обсяг закупівель, величина партій і частота замовлень, порядок розрахунків, платіжна дисципліна тощо).
6. Визначте особливості залучення споживачів до співпраці, умови реалізації підприємством власної продукції (робіт, послуг), її просування на ринок.
7. Ідентифікуйте наявних і перспективних постачальників матеріально-технічних та інших ресурсів, а також опишіть специфіку співпраці з ними (обсяг закупівель, величина партій та частота

замовлень, якість ресурсів, надійність поставок, умови розрахунків тощо).

8. Здійснить діагностику виробництва на обраному підприємстві за базовими аспектами дослідження:

- динаміка обсягів та структури виробництва і реалізації продукції;
- номенклатура та асортимент продукції;
- стадія життєвого циклу профільної продукції;
- ціни на продукцію та умови розрахунків;
- ритмічність виробництва та збуту продукції;
- рівень якості профільної продукції та узагальнювальні показники якості товарів підприємства;
- конкурентоспроможність профільної продукції підприємства;
- ефективність маркетингових служб.

Тема

5

**АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-МАЙНОВОГО
СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

Ключові поняття і терміни

- фінансово-майновий стан;
- баланс підприємства;
- фінансова стійкість;
- платоспроможність;
- ліквідність

- 5.1. Аналіз динаміки валюти балансу та його структури.
- 5.2. Оцінювання фінансової стійкості підприємства.
- 5.3. Аналіз ліквідності фірми.

Вивчивши матеріал цієї теми, ви будете **знати**:

- ✓ мету, завдання, джерела інформації та аспекти дослідження фінансово-майнового стану підприємства;
- ✓ технологію та базові аспекти діагностування балансу підприємства;
- ✓ сутність, фактори забезпечення, типи та основні індикатори фінансової стійкості компанії;
- ✓ значення, чинники формування та базові показники ліквідності балансу підприємства,

а також **уміти**:

- ✓ агрегувати баланс підприємства та оцінювати динаміку його обсягів і структури;

- ✓ ідентифікувати тип і рівень фінансової стійкості суб'єкта господарювання;
- ✓ обчислювати коефіцієнти ліквідності балансу підприємства та визначати його платоспроможність.

Фінансово-майновий стан разом з якістю менеджменту є головними чинниками ефективності функціонування підприємства. Фінансово-майновий стан компанії визначається обсягом використовуваного капіталу, напрямками його інвестування, а також відповідністю окремих груп активів і пасивів за ознакою адекватності строків їх обороту та погашення.

Основні напрями діагностики фінансово-майнового стану підприємства наведено на рис. 5.1.

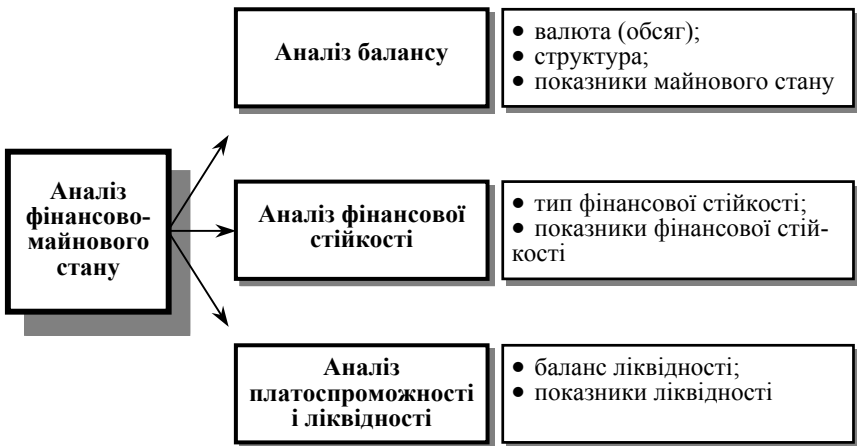


Рис. 5.1. Аспекти та об'єкти діагностики фінансово-майнового стану підприємства

Слід пам'ятати, що всі показники фінансово-майнового стану є моментними індикаторами, які слід визначати на конкретну дату.

Основними джерелами інформації для здійснення діагностики фінансово-майнового стану підприємства є баланс (форма № 1) підприємства, а також розшифровки складу і вартості окремих груп активів і пасивів підприємства.



5.1. Аналіз динаміки валюти балансу та його структури

Від того, яким капіталом володіє підприємство, наскільки оптимальною є його структура, як раціонально він розподілений між активами та профінансований, залежить його фінансово-економічний стан і результати діяльності. Саме тому дослідження динаміки обсягів і структури балансу є початковим етапом аналізу фінансово-майнового стану підприємства.

Баланс підприємства — нормативна форма бухгалтерської звітності, яка відображає вартісну оцінку належного підприємству майна та джерел його формування. Зміст статей балансу встановлюється нормативно [22]. Слід зазначити, що особливу форму балансу мають суб'єкти малого підприємництва [25], фінансово-кредитні установи, суб'єкти державного сектору тощо. Баланс суб'єкта малого підприємництва (форма № 1-м, форма № 1-мс) відрізняється від звичайного балансу форми № 1 лише тим, що має менше реквізитів (рядків), а дані в них є більш узагальненими.

Метою цього аспекту діагностики є визначення масштабів ресурсного потенціалу суб'єкта господарювання та ідентифікація тенденцій формування майна і джерел його фінансування. Основними аспектами аналізу параметрів балансу є такі:

- ✓ оцінювання динаміки валюти балансу;
- ✓ оцінювання динаміки структури балансу;
- ✓ оцінювання динаміки окремих показників майнового стану.

Початковим аспектом оцінювання параметрів балансу є дослідження динаміки його валюти. *Валюта балансу* — це сума, що відображає загальну вартість належного підприємству майна або сукупну суму джерел формування цих активів. За правилами балансування вартість активів має дорівнювати обсягу пасивів.

Позитивною тенденцією вважається зростання підсумку балансу, що свідчить про збільшення масштабів діяльності суб'єкта господарювання. Такий висновок випливає з міркувань про ресурсну природу потенціалу підприємства, тобто чим більше ресурсів воно спроможне залучити у свій господарський оборот, тим потужнішим є його бізнес, і тим кращими є перспективи на успішне функціонування. Зменшення ж валюти балансу може бути наслідком, передусім, скорочення ділової активності підприємства, збитковості діяльності, виходу окремих осіб зі складу учасників господарського товариства. Поряд з тим, прийнятними причинами зниження обсягів капіталу може бути визнано погашення підприємством

основної суми боргу за кредитами та позиками, переоцінка (зменшення вартості) основних засобів, раціоналізація обсягів і структури активів (продаж невикористовуваних основних засобів, неефективних капіталовкладень, залежалих запасів тощо), вилучення капіталу акціонерними товариствами (викуп власних акцій) з метою формування на його основі потужного мотиваційного чинника (додаткова мотивація наданням прав власності (участі) у компанії представникам «кадрового ядра») тощо.

Наступним аспектом дослідження балансу є оцінювання динаміки його структури. Структуру балансу підприємства доцільно аналізувати у розрізі розділів балансу або окремих складових капіталу. Аналізуючи окремі складові капіталу стосовно активів підприємства виділяють елементи основного, оборотного та інтелектуального капіталу, а також відстрочені податкові активи та необоротні активи і групи вибуття. Досліджуючи структуру капіталу у розрізі джерел фінансування, виділяють власний і прірівняний до нього і позиковий і прірівняний до нього капітал.

Рисунок 5.2 відображає елементний зміст окремих агрегатів активів балансу підприємства.

Наступним аспектом дослідження структури балансу є джерела фінансування, які можна поділити за ознакою власності на дві великі групи: *власний і прірівняний до нього* та *позиковий і прірівняний до нього капітал*. Безсумнівно, що до першого агрегату «Власний і прірівняний до нього капітал» у балансі належить перший розділ пасиву («Власний капітал»), а до позикового — третій («Довгострокові зобов'язання») та четвертий («Поточні зобов'язання»). Поряд з тим, пасив балансу містить ще два розділи (розділ II «Забезпечення таких (наступних) витрат і платежів» та розділ V «Доходи майбутніх періодів»), віднесення яких до одного з вище зазначених агрегатів є неабсурдним, про що в економічній літературі точаться суперечки.

У складі розділу II «Забезпечення таких (наступних) витрат і платежів» відображаються нараховані у звітному періоді майбутні витрати та платежі (витрати на оплату майбутніх відпусток, гарантійні зобов'язання тощо), величина яких на дату складання балансу може бути визначена тільки попереднім (прогнозним) оцінюванням, а також залишки коштів цільового фінансування і цільових надходжень, які отримані з бюджету та інших джерел [22]. Як бачимо, цей розділ є неоднорідним: з одного боку — це резерви коштів, що будуть використані для виконання підприємством взятих на себе зобов'язань, а з другого — цільове фінансування (централізована або недержавна фінансова допомога).

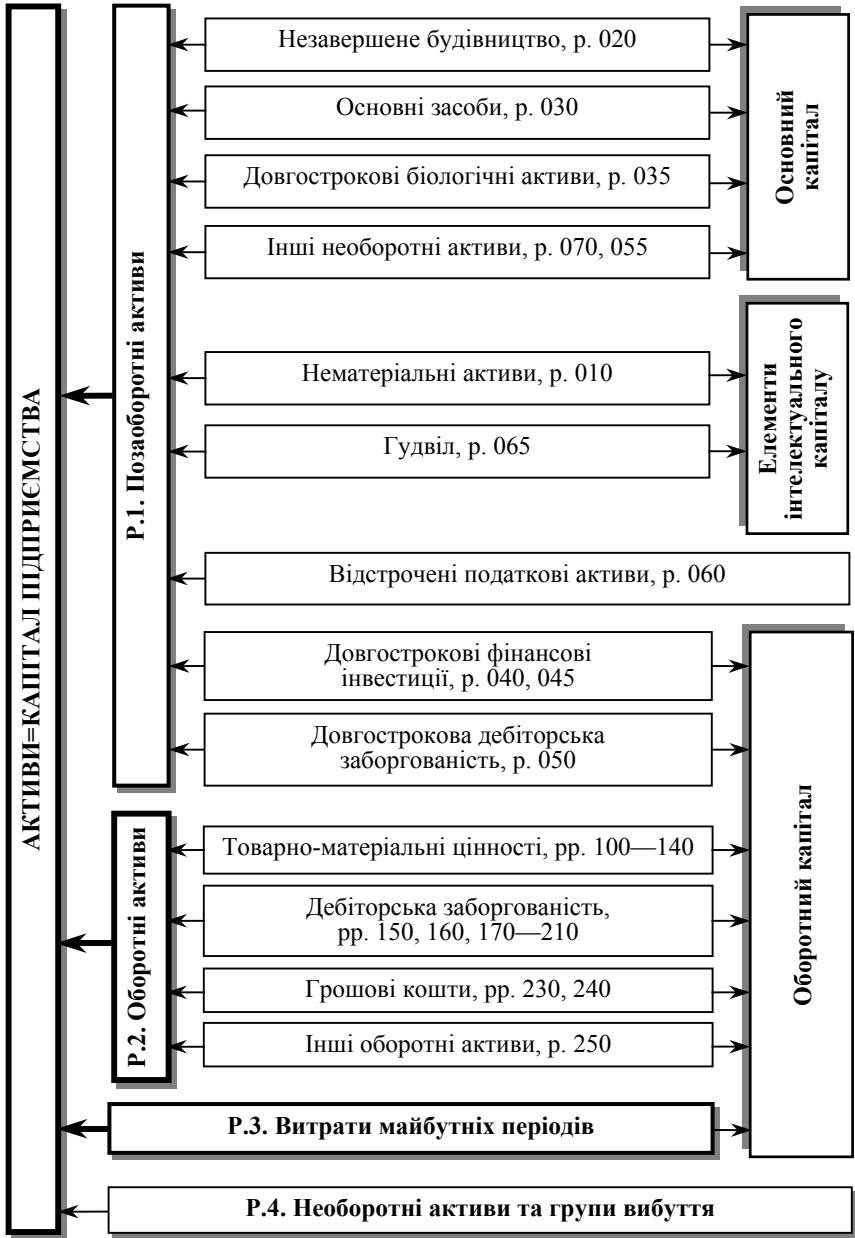


Рис. 5.2. Агрегування активів підприємства

Цільове фінансування — це виділення фінансових ресурсів цільовим призначенням для досягнення певної мети, розв'язання конкретних соціально-економічних проблем, створення або утримання конкретного об'єкта. Кошти цільового фінансування можуть надходити як асигнування з бюджету та позабюджетних фондів, цільові внески фізичних та юридичних осіб, гуманітарна допомога та ін. Напрями використання цільових надходжень можуть бути такі: утримання дитячих установ, підготовка кадрів, науково-дослідницькі роботи, винахідництво та інші. Цільові кошти повинні використовуватися тільки за призначенням і відповідно до встановлених кошторисів. Одним із різновидів цільового фінансування і цільових надходжень є гуманітарна допомога. Отже цільове фінансування може бути прирівняне до власного капіталу, адже ці кошти підприємство хоча й має використати за призначенням та під контролем особи, що їх надала, однак за дотримання визначених умов, повертати їх не потрібно.

Забезпечення створюється у разі виникнення внаслідок минулих подій зобов'язання, погашення якого ймовірно призведе до зменшення ресурсів, що втілюють у собі економічні вигоди, та його оцінка може бути розрахунково визначена. При цьому забезпечення обов'язково створюються для відшкодування наступних (майбутніх) операційних витрат на виплату відпусток працівникам, додаткове пенсійне забезпечення, виконання гарантійних зобов'язань, реструктуризацію, виконання зобов'язань щодо обтяжливих контрактів тощо [67, с. 48].

І хоча забезпечення (резерви) формуються з наявних у підприємства ресурсів, на нашу думку, їх слід прирівнювати до специфічних елементів позикового капіталу. На користь цього можна навести такі аргументи:

- ◆ по-перше, якщо власний капітал — це капітал, що належить підприємству, то все інше (позиковий капітал) тимчасово знаходиться в його розпорядженні, і що необхідно згодом повернути;

- ◆ по-друге, сума забезпечень, по суті, є прогнозною сумою зобов'язань підприємства, причому у разі неналежного виконання ним своїх обов'язків ці забезпечення неминуче перетворяться на поточні або довгострокові зобов'язання;

- ◆ по-третє, забезпечення створюються у вигляді виокремлення певних активів з обмеженими можливостями їх використання в господарському процесі підприємства.

Менш проблематичним, на нашу думку, при віднесенні до одного з двох агрегатів є п'ятий розділ пасиву «Доходи майбутніх періодів», у складі якого відображаються доходи, отримані про-

тягом поточного або попередніх звітних періодів, які належать до наступних звітних періодів [22]. Тут обліковуються такі доходи як одержана в рахунок майбутніх періодів орендна плата від орендарів, отримана від клієнтів абонентська плата, для друкованих засобів масової інформації — це передплата на їх видання, виручка від попереднього продажу білетів на театральні-масові заходи тощо [31, с. 38; 67, с. 53]. Для промислових підприємств найбільш ймовірним серед названих доходів є отримання авансових орендних платежів та попередня оплата споживачами певних промислових послуг (технічне обслуговування обладнання, його модернізація тощо) згідно з укладеними довгостроковими контрактами. На нашу думку, розділ «Доходи майбутніх періодів» підлягає порівнянню саме до власного капіталу. Це можна обґрунтувати такими аргументами:

1) ці доходи — це, по суті, вже зароблені підприємством кошти, а отримання такої попередньої оплати є позитивним моментом, адже є безкоштовним джерелом фінансування й сприяє зниженню потреби в позикових коштах;

2) за орендними операціями (оперативним лізингом) при здійсненні цільової події (закінчення терміну дії договору оренди) не відбудеться зменшення активів підприємства;

3) не заперечуємо, що у разі попередньої оплати інших майбутніх операцій на користь зовнішніх осіб також можуть виникнути витрати ресурсів підприємства (зарплата обслуговуючого персоналу та нарахування на неї, споживання матеріальних ресурсів тощо), що призводитиме до зменшення активів. Однак такі доходи апріорі мають містити у собі і прибуток підприємства, що аж ніяк не може бути зарахований до елементів позикового капіталу. Крім того, ще раз наголошуємо на завчасному отриманні доходів, що дає можливість підприємству відразу використати ці кошти в господарському обороті.

Схему агрегування пасивів промислового підприємства наведено на рис. 5.3.

До позитивних тенденцій динаміки у структурі балансу промислового підприємства слід відносити:

- переважання у структурі майна промислових підприємств виробничих фондів (виробничі основні засоби, виробничі запаси, незавершене виробництво, готова продукція, витрати майбутніх періодів);

- збільшення величини і частки власного та порівняного до нього капіталу, що свідчить про підвищення фінансової стійкості підприємства;

- підвищення частки оборотного капіталу, що свідчить про зростання ліквідності активів. Ознакою позитивної динаміки є переважання темпів зростання обсягів реалізації над темпами приросту дебіторської заборгованості;
- приблизно однакові темпи приросту дебіторської та кредиторської заборгованості;
- зменшення величини й частки позикових джерел у сукупному капіталі підприємства. При цьому позитивним вважається «розумне» збільшення у структурі позикового капіталу частки безкоштовних або маловитратних елементів (кредиторська заборгованість, стійкі пасиви);
- збільшення перманентного (постійного) капіталу (суми власного капіталу та довгострокових зобов'язань), що дозволяє суб'єкту господарювання відносно безпечно здійснювати фінансування діяльності та свого розвитку протягом тривалого періоду;
- відсутність «хворих» статей (непокриті збитки, неоплачений капітал, резерви сумнівних боргів, прострочені зобов'язання тощо);
- нехарактерність частих кардинальних змін в окремих статтях, розділах та підсумку балансу, наявність яких є свідченням нестабільності підприємства.

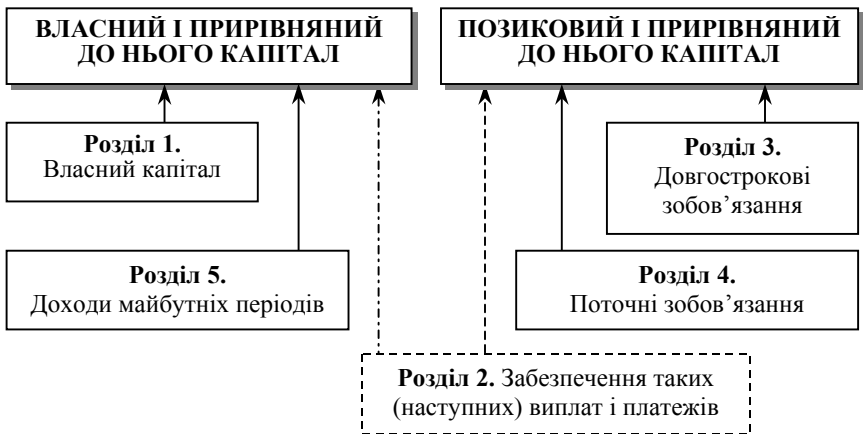


Рис. 5.3. Групування пасиву балансу промислового підприємства

Приклад 5.1

Проаналізуємо динаміку обсягів і структури активів на прикладі фінансової звітності ПУАТ «Авангард» (див. додаток А).

Таблиця 5.1

**ДИНАМІКА ОБСЯГІВ І СТРУКТУРИ АКТИВІВ
У РОЗРІЗІ РОЗДІЛІВ БАЛАНСУ ПуАТ «Авангард» протягом x0—x1 рр.**

Розділ балансу	01.01.x0			01.01.x1				01.01.x2		
	обсяг, тис. грн	частка, %	обсяг, тис. грн	частка, %	зміна обсягу		частка, %	зміна обсягу		
					абс., тис. грн	відн., %		абс., тис. грн	відн., %	
Необоротні активи	9778	25,97	25 165	58,31	15 387	157,4	20774	46,91	-4391	-17,45
Оборотні активи	27 862	74,01	17 990	41,68	-9872	-35,4	23 497	53,06	5507	30,61
Витрати майбутніх періодів	6	0,02	4	0,01	-2	-33,3	14	0,03	10	250,0
Необоротні активи та групи вибуття	0	0,00	0	0,00	0	—	0	0,00	0	—
Всього активів	37 646	100,0	43 159	100,00	5513	14,64	44 285	100,00	1126	2,61

Протягом x0—x1 років спостерігалося позитивне зростання обсягу активів ПуАТ «Авангард», що свідчить про нарощування його ресурсного потенціалу. Особливо суттєвим було зростання величини активів компанії у x1 році — на 14,6 %. Структура активів товариства протягом x0—x1 років була нестійкою: на початку аналізованого періоду переважали оборотні активи (74,0 %), однак на кінець x0 року їх обсяги та частка значно скоротилися. Протягом x1 року спостерігалося зменшення вартості та частки необоротних активів за одночасного збільшення цих показників по оборотних активах.

Приклад 5.2

Проаналізуємо динаміку елементної структури капіталу ПуАТ «Авангард» (див. табл. 5.2).

Дані таблиці свідчать, що протягом x_0 — x_1 років значно (майже вдвічі) зросли величина і частка основного капіталу товариства. Разом з тим вартість і частка оборотного капіталу компанії скоротилися. Обсяги елементів інтелектуального капіталу (наведеного в балансі), хоча і зростали щороку, однак були незначними.

Приклад 5.3

Проаналізуємо динаміку структури джерел фінансування ПуАТ «Авангард», наведену на рис. 5.4.

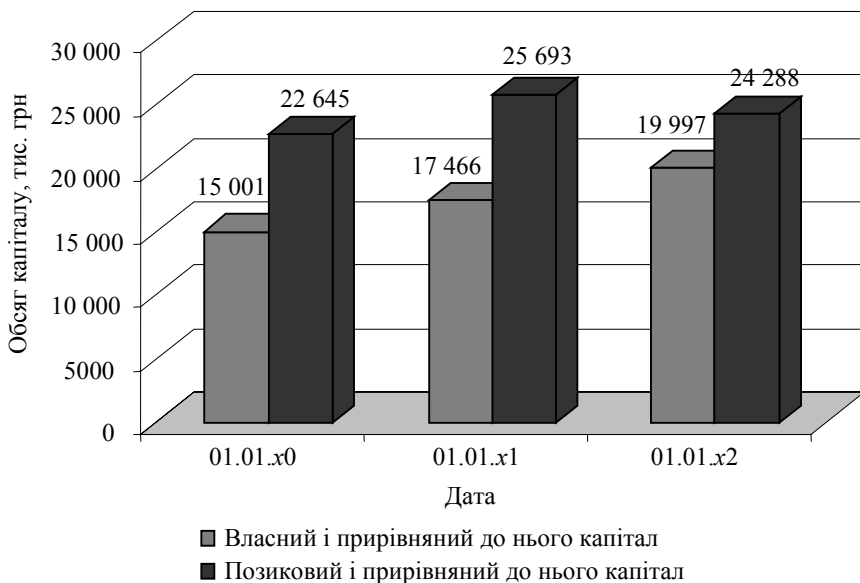


Рис. 5.4. Динаміка обсягів агрегатів джерел фінансування ПуАТ «Авангард» у x_0 — x_1 рр., тис. грн

На рис. 5.4. показано, що протягом x_0 — x_1 років спостерігало зростання джерел фінансування, серед яких переважав позиковий і прівняний до нього капітал. Поряд з тим, позитивним моментом є стале збільшення протягом усього аналізованого періоду обсягів власного і прівняного до нього капіталу, що зумовлює зростання його частки в загальній сумі джерел фінансування компанії.

Таблиця 5.2

**ДИНАМІКА ОБСЯГІВ І СТРУКТУРИ АКТИВІВ
У РОЗРІЗІ СКЛАДОВИХ КАПІТАЛУ
ПубАТ «Авангард» протягом x0—x1 рр.**

Складова капіталу	01.01.x0			01.01.x1			01.01.x2			
	обсяг, тис. грн	частка, %	обсяг, тис. грн	частка, %	зміна обсягу		обсяг, тис. грн	частка, %	зміна обсягу	
					абс., тис. грн	відн., %			абс., тис. грн	відн., %
Елементи основного капіталу	9331	24,79	24 747	57,34	15 416	165,21	20 412	46,09	- 4 335	- 17,52
Елементи оборотного капіталу	28 300	75,17	18 392	42,61	- 9908	- 35,0	23 851	53,86	5459	29,68
Елементи інтелектуального капіталу	15	0,04	20	0,05	5	33,33	22	0,05	2	10,00
Відстрочені податкові активи	0	0,00	0	0,00	0	—	0	0,00	0	—
Необоротні активи і групи вибуття	0	0,00	0	0,00	0	—	0	0,00	0	—
Всього капіталу	37 646	100,00	43 159	100,00	5513	14,64	44 285	100,00	1126	2,61

Завершальним етапом діагностики балансу є оцінювання динаміки окремих показників майнового стану як індикаторів перспектив нарощування капіталу та підвищення ефективності його експлуатації. Технологію визначення та зміст таких показників наведено в табл. 5.3.

Таблиця 5.3

**ПОРЯДОК ОБЧИСЛЕННЯ ТА ЗМІСТ ОКРЕМИХ ПОКАЗНИКІВ
МАЙНОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

Показник	Розрахунок	Зміст показника та його позитивна динаміка
1. Частка статутного фонду у власному капіталі	Відношення обсягу статутного (пайового) капіталу до сукупного власного капіталу	показує перспективи збільшення капіталу компанії через додаткову емісію акцій. Чим меншою є ця частка, тим кращими є перспективи компанії успішно здійснити додаткову емісію акцій (збільшення пайового капіталу) товариства
2. Обсяг чистих активів	$A_{\text{ч}} = \text{ВБ} - \text{ПК}^+$, де ВБ — валюта балансу; ПК ⁺ — позиковий і прирівняний до нього капітал	показує величину власного і прирівняного до нього капіталу. $A_{\text{ч}} \rightarrow \infty$
3. Обсяг перманентного (постійного) капіталу	$K_{\text{прм}} = \text{ВлК} + \text{З}_{\text{дс}} + \text{ДМП}$, де ВлК — обсяг власного капіталу; ДМП — доходи майбутніх періодів; З _{дс} — обсяг довгострокових зобов'язань	показує обсяг джерел фінансування, якими фірма може розпоряджатися протягом тривалого періоду (більше 1 року). $K_{\text{прм}} \rightarrow \infty$.
4. Обсяг власних оборотних коштів	$\text{ОбК}_{\text{в}} = (\text{ВлК} + \text{ДМП}) - A_{\text{но}}$, де A _{но} — обсяг необоротних активів	показує суму оборотних коштів, яка фінансується з власних джерел. $\text{ОбК}_{\text{в}} \geq 0$ і зростає
5. Обсяг чистих оборотних коштів	$\text{ОбК}_{\text{ч}} = (\text{ОбА} + \text{ВМП}) - \text{З}_{\text{пт}}^*$, де ОбА — обсяг оборотних активів; ВМП — витрати майбутніх періодів; З _{пт} [*] — сума поточних зобов'язань та віднесених до позикового капіталу забезпечень наступних витрат і платежів	Показує залишок оборотних коштів у разі погашення ними поточних зобов'язань. $\text{ОбК}_{\text{ч}} \geq 0$ і зростає.

Приклад 5.4

Визначимо динаміку окремих показників майнового стану ПуАТ «Авангард» у наступній таблиці.

Таблиця 5.4

ДИНАМІКА ОКРЕМИХ ПОКАЗНИКІВ МАЙНОВОГО СТАНУ ПуАТ «Авангард» протягом x_0 — x_1 рр.

Показник	Значення на:		
	01.01. x_0	01.01. x_1	01.01. x_2
1. Частка статутного фонду у власному капіталі	$\frac{63}{15\,001} \approx 0,0042$	0,0036	0,0032
2. Обсяг чистих активів, тис. грн	$37\,646 - 121 - 11\,325 - 11\,199 = 15\,001$	17 466	19 997
3. Обсяг перманентного (постійного) капіталу, тис. грн	$15\,001 + 11\,325 + 0 = 26\,326$	27 812	24 768
4. Обсяг власних оборотних коштів, тис. грн	$(15\,001 + 0) - 9778 = 5223$	- 7699	- 777
5. Обсяг чистих оборотних коштів, тис. грн	$(27\,862 + 6) - (11\,199 + 121) = 16\,548$	2647	3994

5.2. Оцінювання фінансової стійкості підприємства

Фінансова стійкість — характеристика фінансово-майнового стану підприємства, що відображає ступінь його незалежності від зовнішніх (позикових) джерел фінансування та здатність вільного маневрування капіталом. Стан фінансових ресурсів підприємства має відповідати потребам ринку та необхідності розвитку підприємства, адже недостатня фінансова стійкість може призвести до неплатоспроможності, банкрутства і ліквідації організації, а надлишкова — перешкоджати розвитку, обтяжуючи витрати підприємства утриманням зайвих запасів і резервів. Отже, сутність фінансової стійкості визначається ефективним формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів. При цьому платоспроможність підприємства є її зовнішнім проявом.

Завданням аналізу фінансової стійкості є оцінювання величини, структури та відповідності активів і пасивів підприємства. Разом з тим, дослідник має знайти відповідь на запитання: «Який ступінь незалежності підприємства у фінансовому аспекті?» та «Чи відповідає стан активів і пасивів завданням його фінансово-господарської діяльності?». Визначальним фактором фінансової стійкості є співвідношення власного та позикового капіталу.

Зі співвідношення між окремими групами активів і пасивів впливає друга важлива характеристика фінансової стійкості — адекватність величини власних оборотних коштів обсягам операційних запасів (виробничі запаси, незавершене виробництво, готова продукція та товари). Відповідно до показника забезпеченості запасів і витрат власними і позиковими джерелами виділяють такі *типи фінансової стійкості*:

- *абсолютна стійкість* фінансового стану (зустрічається доволі рідко) — власні оборотні кошти забезпечують формування запасів, тобто підприємство зовсім не залежить від зовнішніх джерел. Однак таку ситуацію не можна розглядати як ідеальну, адже вона означає, що керівництво підприємства не вміє, не хоче або не має можливості використовувати зовнішні джерела фінансування діяльності, а, отже, не використовує переваги фінансового левереджу;

- *нормальний фінансовий стан* — запаси і витрати забезпечуються сумою власних оборотних коштів і довгостроковими позиковими джерелами, що гарантує фірмі платоспроможність. Підприємство для формування запасів і покриття витрат успішно використовує і комбінує як власні, так і позикові кошти;

- *нестійкий фінансовий стан* — запаси і витрати забезпечуються за рахунок власних оборотних коштів, довгострокових позикових джерел і короткостроковими кредитами та позиками, тобто за рахунок усіх основних джерел формування запасів і покриття витрат. Такий стан характеризується порушенням платоспроможності, за якого зберігається можливість відновлення рівноваги за рахунок поповнення джерел власних коштів. Фінансова нестійкість вважається припустимою, якщо величина залучених для формування запасів і витрат короткострокових кредитів і кредиторської заборгованості не перевищує сумарної вартості виробничих запасів і готової продукції;

- *кризовий фінансовий стан* — запаси і витрати не забезпечуються джерелами їх формування, а грошові кошти, поточні фінансові інвестиції та дебіторська заборгованість не покривають навіть кредиторської заборгованості та прострочених зобов'язань. У такому разі підприємство знаходиться на межі банкрутства.

У процесі оцінювання фінансової стійкості досліджується низка її відносних показників (табл. 5.5).

Таблиця 5.5

ПОРЯДОК РОЗРАХУНОКУ ТА ЗМІСТ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Показник	Розрахунок	Зміст показника та позитивна динаміка
1. Коефіцієнт автономії	$k_a = \frac{\text{ВлК}^+}{\text{ВБ}},$ де ВлК^+ — обсяг власного та привірного до нього капіталу ¹ ; ВБ — валюта балансу	Характеризує незалежність підприємства від позикових джерел фінансування. $k_a \geq 0,5$ і зростає
2. Коефіцієнт фінансового ризику	$k_{\text{ф.р}} = \frac{\text{ПК}^+}{\text{ВлК}^+},$ де ПК^+ — обсяг позикового і привірного до нього капіталу	показує ступінь покриття позиковими джерелами власного і привірного до нього капіталу. $k_{\text{ф.р}} \leq 1$ і зменшується
3. Коефіцієнт фінансової стабільності	$k_{\text{ф.с}} = \frac{\text{ВлК}^+}{\text{ПК}^+}$	показує ступінь покриття позикових джерел власним і привірним до нього капіталом. $k_{\text{ф.с}} \geq 1$ і зростає
4. Коефіцієнт перманентного капіталу	$k_{\text{п.к}} = \frac{\text{ВлК}^+ + \text{З}_{\text{дс}}}{\text{ВБ}}$ де $\text{З}_{\text{дс}}$ — обсяг довгострокових зобов'язань	характеризує частку постійного капіталу в загальному обсязі джерел фінансування підприємства. $k_{\text{п.к}} \approx 0,75$
5. Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	$k_{\text{з.дс}} = \frac{\text{З}_{\text{дс}}}{\text{З}_{\text{дс}} + \text{З}_{\text{пт}}},$ де $\text{З}_{\text{пт}}$ — обсяг поточних зобов'язань підприємства	показує частку позикових коштів, що припадає на довгострокове залучення
6. Коефіцієнт маневреності	$k_m = \frac{\text{ВлК}^+ + \text{З}_{\text{дс}} - \text{А}_{\text{но}}}{\text{ВлК}^+ + \text{З}_{\text{дс}}},$ де $\text{А}_{\text{но}}$ — обсяг необоротних активів	показує, яка частина перманентного капіталу використовується для фінансування оборотних коштів

¹ До власного і привірного до нього капіталу слід віднести підсумок першого («Власний капітал», р. 380) та п'ятого розділів («Доходи майбутніх періодів», р. 630) балансу, а також суму цільового фінансування (р. 420 балансу).

Показник	Розрахунок	Зміст показника та позитивна динаміка
7. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	$k_{\text{звок}} = \frac{\text{ВЛК}^+ - A_{\text{но}}}{\text{ОбА} + \text{ВМП}},$ де ОбА — обсяг оборотних активів; ВМП — витрати майбутніх періодів	показує яка частина оборотних коштів фінансується з власних джерел. Нормальним вважають значення $k_{\text{звок}} \in [0,6; 0,8]$. $k_{\text{звок}} < 0,1$ вказує на неплатоспроможність і велику ймовірність банкрутства підприємства

Разом з тим у сучасному діловому світі фінансова стійкість, а також кредитоспроможність суб'єкта господарювання залежить не лише від структури його капіталу. Важливою умовою формування фінансової стійкості є також ділова активність підприємства, що визначається інтенсивністю та результативністю експлуатації його ресурсів. У зв'язку з цим прийнято досліджувати ступінь покриття окремих витрат (обов'язкових, капітальних, постійних тощо) генерованим підприємством обсягом фінансових результатів. У міжнародній практиці діагностики заведено обчислювати коефіцієнт покриття постійних нефінансових витрат, коефіцієнт покриття (забезпеченості) процентів до виплати, коефіцієнт покриття постійних фінансових витрат, коефіцієнт покриття грошовим потоком капітальних витрат, коефіцієнт покриття грошовим потоком основної суми боргу, що підлягає погашенню тощо.

Коефіцієнт покриття постійних нефінансових витрат обчислюється як:

$$k_{\text{п.п.н.в.}} = \frac{EBDIT}{AB_p}, \quad (5.1)$$

де $EBDIT$ — прибуток до вирахування амортизаційних відрахувань, процентів та податку з прибутку; AB_p — річний обсяг амортизаційних відрахувань.

Коефіцієнт покриття (забезпеченості) процентів до виплати характеризує спроможність підприємства здійснити необхідні виплати процентів за користування позиковими джерелами. Показник обчислюється так:

$$k_{\text{п.п.в.}} = \frac{EBIT}{I}, \quad (5.2)$$

де $EBIT$ — прибуток до вирахування процентів та податку з прибутку; I — величина процентів за користування позиковими коштами.

Коефіцієнт покриття постійних фінансових витрат характеризує спроможність підприємства виконувати зобов'язання за користування позиковими коштами, а також за лізинговими (орендними) операціями. Цей показник розраховують за формулою:

$$k_{\text{пфв}} = \frac{EBIT}{I + LL}, \quad (5.3)$$

де LL — обсяг витрат на обслуговування лізингових (орендних) операцій.

Базовим власним джерелом фінансування інвестицій підприємства, а також погашення основних сум боргу за кредитами і позиками є грошовий потік, як сума чистого прибутку та амортизаційних відрахувань. Зіставляючи його обсяг з величиною капіталовкладень і величиною необхідних основних сум заборгованості (тіла кредиту) до погашення, отримують коефіцієнт покриття грошовим потоком капітальних витрат і, відповідно, коефіцієнт покриття грошовим потоком основної суми боргу, що підлягає погашенню. Зрозуміло, що зростання значень розглянутих коефіцієнтів покриття свідчатиме про підвищення фінансової стійкості підприємства та зниження рівня ризику невиконання взятих ним на себе зобов'язань.

Приклад 5.5

Визначимо динаміку показників фінансової стійкості ПуАТ «Авангард» у табл. 5.6.

Таблиця 5.6

ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ
ПуАТ «Авангард» протягом x_0 — x_1 рр.

Показник	Значення на:		
	01.01. x_0	01.01. x_1	01.01. x_2
1. Коефіцієнт автономії	$\frac{15001 + 0 + 0}{37646} \approx 0,398$	0,405	0,452
2. Коефіцієнт фінансового ризику	$\frac{121 + 11325 + 11199}{15001 + 0 + 0} \approx 1,51$	1,471	1,215

Закінчення табл. 5.6

Показник	Значення на:		
	01.01.x0	01.01.x1	01.01.x2
3. Коефіцієнт фінансової стабільності	$\frac{15001+0+0}{121+11325+11199} \approx 0,662$	0,680	0,823
4. Коефіцієнт перманентного капіталу	$\frac{15001+0+0+11325}{37646} \approx 0,699$	0,644	0,559
5. Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	$\frac{11325}{11325+11199} \approx 0,503$	0,406	0,199
6. Коефіцієнт маневреності	$\frac{15001+0+0+11325-9778}{15001+0+11325} \approx 0,629$	0,095	0,161
7. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	$\frac{15001+0+0-9778}{27862+6} \approx 0,187$	-0,428	-0,033

Протягом x0—x1 років у ПуАТ «Авангард» спостерігалось зростання фінансової незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування (зростання коефіцієнтів автономії і фінансової стабільності), однак все ж її рівень є недостатнім. Слід зауважити несприятливе скорочення частки довгострокових зобов'язань у загальній структурі позикових коштів. Також звертає на себе увагу небезпечне зниження коефіцієнтів маневреності та забезпеченості власними оборотними коштами, особливо у x1 році.



5.3. Аналіз ліквідності фірми

Ознакою фінансової стійкості та однією з головних передумов продовження господарської діяльності є платоспроможність підприємства. *Платоспроможність* — це здатність підприємства погасити борги у разі одночасного подання вимог про виплату від своїх кредиторів. Платоспроможним вважається підприємство, яке володіє достатніми обсягами ліквідних активів

для оплати своїх короткострокових зобов'язань без порушення нормального перебігу основних бізнес-процесів.

Головною умовою платоспроможності підприємства є ліквідність його балансу. *Ліквідність балансу підприємства* — це здатність суб'єкта господарювання швидко і без значних втрат у вартості перетворювати свої активи на готівку для покриття необхідних платежів у міру настання їх строків. *Аналіз ліквідності балансу* полягає в порівнянні обсягів коштів по активу, згрупованих за ступенем їх ліквідності, із сумами зобов'язань по пасиву, агрегованими за термінами їх погашення. При цьому, *ліквідність активу* — це ступінь швидкості і вартісної адекватності його перетворення на готівкові кошти. Ознакою ліквідного балансу є:

A₁ — найліквідніші активи: каса, кошти на рахунках, поточні фінансові інвестиції	≥	П₁ — найтерміновіші зобов'язання: кредиторська заборгованість
A₂ — середньоліквідні активи: готова продукція і товари, дебіторська заборгованість	≥	П₂ — термінові зобов'язання: короткострокові кредити і позики
A₃ — активи повільної реалізації: виробничі запаси, витрати майбутніх періодів, незавершене виробництво	≥	П₃ — довгострокові зобов'язання: довгострокові кредити і позики тощо
A₄ — активи тривалої реалізації: основні засоби, нематеріальні активи, довгострокові фінансові вкладення, незавершене будівництво тощо	≤	П₄ — постійні пасиви: власний і прирівняний до нього капітал

Рис. 5.5. Умови ліквідності балансу промислового підприємства

Одночасне дотримання перших трьох правил обов'язково спричиняє за собою виконання четвертого, оскільки якщо сукупність перших трьох груп активів більша (або дорівнює) сумі перших трьох груп пасивів балансу (тобто $[A_1 + A_2 + A_3] \geq [P_1 + P_2 + P_3]$), то четверта група пасивів обов'язково перекриє (або буде дорівнювати) четвертій групі активів (тобто $A_4 \leq P_4$). Останнє положення має глибокий економічний зміст, адже у разі, коли обсяг постійних пасивів більший за важкореалізовані активи, дотримується важлива умова платоспроможності — наявність у підприємства власних оборотних коштів, що забезпечують безперебійний відтворювальний процес. Рівність постійних пасивів і

важкореалізовуваних активів відбиває нижню межу платоспроможності за рахунок власних коштів підприємства.

Рівень платоспроможності і ліквідності балансу також може бути охарактеризований відповідними показниками (табл. 5.7).

Таблиця 5.7

ПОРЯДОК РОЗРАХУНКУ ТА ЗМІСТ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ

Показник	Розрахунок	Зміст показника та позитивна динаміка
1. Коефіцієнт платоспроможності	$k_{п} = \frac{ОбА + ВМП}{З_{пт} + ЗВП + З_{дс}},$ <p>де ОбА — оборотні активи; ВМП — витрати майбутніх періодів; $З_{пт}$ — поточні зобов'язання; $ЗВП^1$ — забезпечення витрат і платежів; $З_{дс}$ — довгострокові зобов'язання</p>	характеризує ступінь покриття зобов'язань підприємства оборотними коштами. $k_{п} \geq 1$
2. Коефіцієнт загальної ліквідності	$k_{л.з} = \frac{ОбА + ВМП}{З_{пт} + ЗВП}$	характеризує ступінь покриття поточних зобов'язань і забезпечення оборотними коштами
3. Коефіцієнт поточної ліквідності	$k_{л.п} = \frac{ОбА + ВМП}{З_{пт}}$	характеризує ступінь покриття поточних зобов'язань оборотними коштами. $k_{л.п} \geq 2$
4. Коефіцієнт критичної ліквідності	$k_{л.к} = \frac{ДЗ_{п} + ПФІ + ГК}{З_{пт}},$ <p>де $ДЗ_{п}$ — поточна дебіторська заборгованість (в т.ч. оформлена векселями); ПФІ — поточні фінансові інвестиції; ГК — грошові кошти</p>	показує частку поточних зобов'язань, що можуть бути погашені протягом 1—2 місяців. $k_{л.к} \geq 0,75$
5. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$k_{л.а} = \frac{ПФІ + ГК}{З_{пт}}$	показує частку поточних зобов'язань, що можуть бути погашені протягом кількох днів. $k_{л.а} \in [0,2; 0,25]$

¹ До забезпечень витрат і платежів слід віднести забезпечення виплат персоналу (р. 400 балансу) та інші забезпечення (р. 410 балансу).

Закінчення табл. 5.7

Показник	Розрахунок	Зміст показника та позитивна динаміка
6. Обсяг ефективної заборгованості	$З_е = З_{пт} - ДЗ_п$	Показує перевищення обсягів поточних зобов'язань підприємства над аналогічними зобов'язаннями перед ним. $З_е \leq 0$

Приклад 5.6

Ідентифікуємо динаміку показників ліквідності ПуАТ «Авангард» у табл. 5.8.

Таблиця 5.8

ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЛІКВІДНОСТІ ПуАТ «Авангард» протягом x_0 — x_1 рр.

Показник	Значення на:		
	01.01. x_0	01.01. x_1	01.01. x_2
1. Коефіцієнт платоспроможності	$\frac{27862 + 6}{121 + 11325 + 11199} \approx 1,231$	0,700	0,968
2. Коефіцієнт загальної ліквідності	$\frac{27862 + 6}{12 + 11199} \approx 2,462$	1,172	1,205
3. Коефіцієнт поточної ліквідності	$\frac{27862 + 6}{11199} \approx 2,488$	1,189	1,222
4. Коефіцієнт критичної ліквідності	$\frac{11 + 6540 + 2 + 16749 + 358 + 8 + 4}{11199} \approx 2,114$	0,801	0,729
5. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$\frac{8 + 4}{11199} \approx 0,001$	0,007	0,013
6. Обсяг ефективної заборгованості, тис. грн	$11199 - (11 + 6540 + 2 + 16749 + 358) = -12461$	3118	5455

Протягом x_0 — x_1 років у ПуАТ «Авангард» відбулося загальне зниження показників платоспроможності та ліквідності: якщо на поча-

тку x_0 року більшість показників були в межах нормативу, то на дві інші дати значення коефіцієнтів переважно вже були поза граничними рівнями. Також звертають на себе увагу катастрофічно низькі рівні коефіцієнта абсолютної ліквідності, а також значні обсяги дебіторської заборгованості ($k_{\text{Л.К}}$ знаходиться майже в нормативному інтервалі, за суттєвого відставання інших індикаторів ліквідності). Такий стан означає суттєве погіршення спроможності компанії погасити поточні зобов'язання.

Резюме теми

Оцінювання фінансово-майнового стану суб'єкта господарювання передбачає аналіз динаміки валюти балансу і його структури, дослідження фінансової стійкості та аналіз ліквідності підприємства.

У системі інформаційної бази фінансового аналізу центральне місце посідає баланс підприємства, який відображає на певну дату вартісну оцінку його активів і пасивів. Валютою балансу є загальний капітал підприємства, який, з одного боку, показує загальну суму засобів, що її має у своєму розпорядженні підприємство (актив), а з другого — суму джерел формування цих засобів (пасив), що відповідає теоретичному аспекту сутності капіталу (вартість, що приносить додану вартість).

Аналіз балансу дає змогу оцінити: склад і структуру активів і пасивів підприємства; ступінь його ліквідності; наявність власних оборотних коштів; показники фінансової стійкості. Оцінювання динаміки валюти балансу та його структури здійснюється через порівняння даних на початок і кінець звітного періоду. Активи оцінюють у розрізі елементів основного, оборотного та інтелектуального капіталу, а також відстрочених податкових зобов'язань. Структуру джерел фінансування подають групуючи пасиви на власний і приторгований до нього та позиковий і приторгований до нього капітал. Оцінюючи баланс компанії, слід пам'ятати, що позитивними ознаками є збільшення валюти балансу, зростання часток оборотних активів та власного і приторгового до нього капіталу. На цьому етапі діагностики також обчислюють значення таких показників майнового стану, як частка статутного фонду у власному капіталі, обсяг чистих активів, обсяг перманентного (постійного) капіталу, обсяг власних оборотних коштів, обсяг чистих оборотних коштів.

Фінансова стійкість є наслідком стабільного перевищення доходів над витратами, що забезпечує підприємству вільне маневрування грошовими коштами, й, через ефективне їх використання, сприяє безперервному перебігу господарських процесів в організації. Завданням аналізу фінансової стійкості є оцінювання величини, структури та відповідності активів і пасивів підприємства. Вирішальне значення для фінансової стійкості має співвідношення власного та позикового капіталу фірми, чим більша частка власних джерел, тим більшою фінансовою стійкістю володіє підприємство. Абсолютним показником фінансової стійкості підприємства є наявність власних оборотних коштів. Відносними індикаторами фінансової стійкості є коефіцієнти автономії, перманентного капіталу, довгострокового залучення позикових коштів, маневреності власних коштів, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами, коефіцієнти покриття постійних нефінансових і фінансових витрат, процентів до виплати.

Важливою передумовою нормального фінансово-майнового стану підприємства є його платоспроможність, що, у свою чергу, визначається ліквідністю. Ліквідність — це здатність підприємства швидко і без значних поступок в ціні перетворювати свої активи в гроші для покриття необхідних платежів у міру настання їх строків. Аналіз ліквідності балансу полягає в порівнянні розмірів коштів по активу, згрупованих за ступенем їх ліквідності, із сумами зобов'язань по пасиву, згрупованими за термінами їх погашення. Відносними індикаторами платоспроможності і ліквідності є коефіцієнти платоспроможності, загальної, поточної, критичної та абсолютної ліквідності, які показують частку поточних зобов'язань, що може бути покрита відповідними групами оборотних коштів підприємства.



Питання для самоконтролю

- 1. У яких аспектах здійснюють діагностику фінансово-майнового стану суб'єкта господарювання?*
- 2. Що відображає баланс підприємства та яка його структура?*
- 3. Які аспекти діагностики балансу підприємства?*
- 4. Які зміни у валюті та структурі балансу є позитивними?*
- 5. Що характеризує фінансова стійкість та які є її види?*

6. Які відносні показники використовують для оцінювання фінансової стійкості?

7. У чому полягає відмінність між ліквідністю активу та балансу підприємства?

8. За яких умов баланс підприємства вважають ліквідним?

9. Чи тотожні поняття: «ліквідність» та «платоспроможність»?

10. Як розраховуються основні показники платоспроможності та ліквідності? Які їх нормативні рівні?



Тестові запитання

1. Елементом основного капіталу в балансі є ...

- a) довгострокова дебіторська заборгованість;
- b) відстрочені податкові активи;
- c) готова продукція;
- d) незавершене виробництво;
- e) незавершене будівництво.

2. Витрати майбутніх періодів є елементом ...

- a) інтелектуального капіталу;
- b) основного капіталу;
- c) власного і прирівняного до нього капіталу;
- d) оборотного капіталу;
- e) позикового і прирівняного до нього капіталу

3. Для промислового підприємства характерною є така структура активів:

a) основні засоби — 10 %; товарно-матеріальні цінності — 45 %; дебіторська заборгованість — 30 %; грошові кошти та поточні фінансові інвестиції — 15 %;

b) основні засоби — 40 %; товарно-матеріальні цінності — 40 %; дебіторська заборгованість — 15 %; грошові кошти та поточні фінансові інвестиції — 5 %;

c) основні засоби — 20; товарно-матеріальні цінності — 15 %; дебіторська заборгованість — 20 %; грошові кошти та поточні фінансові інвестиції — 45 %.

4. Якщо обсяг власних оборотних коштів становить 390 тис. грн, величина витрат майбутніх періодів — 25 тис. грн, а необоротних активів — 1400 тис. грн, то величина власного капіталу складає ...

- a) 1815 тис. грн;
- b) 1765 тис. грн;
- c) 1035 тис. грн;
- d) 985 тис. грн;
- e) даних для визначення обсягу власного капіталу недостатньо.

5. Як відношення обсягів власного і прирівняного до нього капіталу до валюти балансу розраховується коефіцієнт ...

- a) автономії;
- b) перманентного капіталу;
- c) загальної ліквідності;
- d) забезпеченості власними оборотними коштами.

6. Оберіть серед наведених тверджень неправильне:

- a) у фінансово нестійкого підприємства значення коефіцієнта автономії менше 0,5;
- b) у платоспроможного підприємства рівень коефіцієнта абсолютної ліквідності коливається в інтервалі $[0,2; 0,25]$;
- c) у фінансово стійкого підприємства рівень коефіцієнта фінансової стабільності більший 0,5;
- d) у платоспроможного підприємства рівень ефективної заборгованості має від'ємне значення.

7. Для коефіцієнта забезпеченості власними оборотними коштами ($k_{звок}$) значення, яке вказує на достатню фінансову стійкість підприємства, це ...

- a) $k_{звок} \geq 2$;
- b) $k_{звок} \geq 0,5$;
- c) $k_{звок} \in [0,6; 0,8]$
- d) $k_{звок} \geq 0,25$;
- e) $k_{звок} \in [0,2; 0,25]$.

8. До середньоліквідних активів належить ...

- a) незавершене виробництво;
- b) поточні фінансові інвестиції;
- c) довгострокові фінансові інвестиції;
- d) дебіторська заборгованість;
- e) основні засоби.

9. Найменш ліквідним серед нижченаведених активів слід визнати ...

- a) короткострокові фінансові вкладення;
- b) готову продукцію;
- c) незавершене будівництво;
- d) дебіторську заборгованість;
- e) грошові кошти в касі та на банківських рахунках.

10. З балансу відомі такі дані: обсяг товарно-матеріальних запасів становить 1196 тис. грн, обсяг дебіторської заборгованості — 500 тис. грн, величина грошових коштів — 144 тис. грн, а обсяг поточних зобов'язань — 920 тис. грн. Коефіцієнт критичної ліквідності становитиме ...

- a) 2;
- b) 1,3;
- c) 0,7;
- d) 0,5;
- e) 0,16.

11. Якщо коефіцієнт перманентного капіталу становить 0,8, обсяг власного і прирівняного до нього капіталу — 2500 тис. грн, а величина валюти балансу складає 5000 тис. грн, то обсяг довгострокових зобов'язань дорівнює ...

- a) 9375 тис. грн;
- b) 6000 тис. грн;
- c) 2000 тис. грн;
- d) 1500 тис. грн;
- e) даних для визначення обсягу довгострокових зобов'язань недостатньо.

12. Якщо коефіцієнт абсолютної ліквідності становить 0,2, обсяг грошових коштів — 140 тис. грн, а поточних фінансових інвестицій — 30 тис. грн, то величина поточних зобов'язань складає ...

- a) 850 тис. грн;
- b) 550 тис. грн;
- c) 34 тис. грн;
- d) 22 тис. грн;
- e) даних для визначення обсягу поточних зобов'язань недостатньо.



Задача 5.1

За наведеними нижче даними (тис. грн) сформууйте баланс підприємства з групуванням статей за нормативними розділами.

Стаття	Сума на 01.01.XX
Готова продукція	300
Статутний капітал	2500
Основні засоби (залишкова вартість)	2800
Кредиторська заборгованість	420
Довгострокові кредити банків	850
Дебіторська заборгованість	440
Нерозподілений прибуток минулих років	510
Грошові кошти	100
Витрати майбутніх періодів	80
Нематеріальні активи (залишкова вартість)	40
Доходи майбутніх періодів	25
Виробничі запаси	545

Задача 5.2

За наведеними нижче даними (тис. грн) та, враховуючи те, що вартість поточних зобов'язань у 1,5 раза перевищує суму запасів, сформууйте баланс підприємства з його структуризацією за нормативними розділами.

Стаття	Сума на 01.01.XX
Статутний капітал	10 300
Первісна вартість основних засобів	14 800
Довгострокові кредити банків	950
Резервний фонд	310
Незавершене будівництво	480
Дебіторська заборгованість (чиста реалізаційна вартість)	2860
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	- 140
Грошові кошти	60
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,75

Задача 5.3

За наведеними нижче даними (тис. грн) обчисліть невідомі значення виділених статей і сформуєте баланс підприємства з його структуризацією за нормативними розділами.

Стаття	Сума на 01.01.XX
Грошові кошти	?
Статутний капітал	?
Запаси, всього	870
Нерозподілений прибуток минулих років	290
Доходи майбутніх періодів	30
Кредиторська заборгованість	520
Основні засоби:	
— первісна вартість	3100
— накопичена амортизація	760
Короткострокові кредити банків	260
Витрати майбутніх періодів	45
Нематеріальні активи:	
— первісна вартість	38
— накопичена амортизація	23
Довгострокова дебіторська заборгованість	120
Довгострокові кредити банків	700
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:	
— первісна вартість	330
— резерв сумнівних боргів	20
Резервний капітал	400
Оборотні активи, всього	1250

Задача 5.4

За наведеними нижче даними (тис. грн): а) обчисліть невідомі значення виділених статей; б) визначте первісну вартість дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги; в) сформуєте баланс підприємства з його структуризацією за нормативними розділами.

Стаття	Сума на 01.01.XX
Чиста реалізаційна вартість дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги	?
Доходи майбутніх періодів	?
Резерв сумнівних боргів за дебіторською заборгованістю за товари, роботи, послуги	230

Грошові кошти	80
Власний капітал, всього	5855
Основні засоби:	
— первісна вартість	12 989
— накопичена амортизація	7400
Поточні зобов'язання, всього	2120
Запаси, всього	1350
Дебіторська заборгованість за розрахунками, всього	400
Довгострокові зобов'язання, всього	750
Витрати майбутніх періодів	35
Коефіцієнт критичної ліквідності	0,8

Задача 5.5

За даними бухгалтерської звітності ПрАТ «Дублер» (додатки В та Г):

- ◆ здійснить аналіз динаміки величини та структури балансу у розрізі а) розділів балансу; б) елементної структури капіталу;
- ◆ обчислить показники майнового стану;
- ◆ визначте тип фінансової стійкості та проаналізуйте динаміку основних показників фінансової стійкості;
- ◆ побудуйте баланс ліквідності та дослідіть динаміку базових показників ліквідності.



Завдання для написання дипломних робіт

1. Охарактеризуйте специфіку здійснення на підприємстві функцій моніторингу, прогнозування та планування фінансово-майнового стану: які підрозділи цим займаються, прогресивність використовуваної методичної бази та інструментарію діагностування, технічна та кадрова забезпеченість відділів тощо.

2. Охарактеризуйте рівень платіжної дисципліни підприємства.

3. За даними балансу аналізованого підприємства за три роки (чотири контрольні дати) дослідіть динаміку показників його фінансово-майнового стану в розглянутих аспектах (діагностика балансу, фінансової стійкості, платоспроможності). За кожним з аспектів діагностики здійснить порівняння фактичних значень показників з їх нормативними рівнями, а також дайте пояснення причин виявленої тенденції зміни індикаторів.

«Економіка є мистецтвом задоволення безмежних потреб за допомогою обмежених ресурсів»

Лоренс Пітер

Тема

6

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ РЕСУРСІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Ключові поняття і терміни

- персонал;
- основний капітал;
- основні засоби;
- оборотні кошти;
- ділова активність

- 6.1. Дослідження персоналу підприємства.
- 6.2. Діагностика основного капіталу підприємства.
- 6.3. Дослідження оборотних коштів підприємства.
- 6.4. Аналіз ділової активності підприємства.

Вивчивши матеріал цієї теми, ви будете **знати**:

- ✓ мету, джерела інформації та аспекти дослідження ефективності формування і використання персоналу підприємства;
- ✓ завдання, джерела даних та аспекти дослідження ефективності формування і експлуатації основного капіталу підприємства;
- ✓ завдання, напрями дослідження, джерела вихідних даних та основні індикатори ефективності формування й експлуатації оборотних коштів суб'єкта господарювання;
- ✓ сутність, фактори забезпечення та основні індикатори ділової активності компанії,

а також *уміти*:

- ✓ обчислювати рівні та трактувати зміну чисельності, структури та показників руху персоналу;
- ✓ оцінювати ступінь використання працівниками робочого часу та рівень їхньої трудової дисципліни; аналізувати забезпеченість підприємства персоналом, його придатність та інновативність;
- ✓ здійснювати діагностику системи мотивації праці на підприємстві, а також ефективності діяльності персоналу;
- ✓ аналізувати стан, ефективність відтворення та використання основних засобів підприємства;
- ✓ визначати обсяги оборотного капіталу та ефективність його експлуатації;
- ✓ визначати рівні та трактувати динаміку показників ділової активності підприємства.

Результативність та ефективність будь-якої діяльності визначається кількісними та якісними параметрами ресурсів, що застосовуються при її здійсненні. Основними видами ресурсів, що використовує підприємство у своїй діяльності, є персонал, інформація, інтелектуальні, фінансові та матеріально-технічні ресурси.



6.1. Дослідження персоналу підприємства

Результативне функціонування підприємства, забезпечення його сталої конкурентоспроможності залежить передусім від здатності його персоналу виконувати поставлені завдання. З усіх елементів соціально-економічної системи лише персонал наділений здібністю активно і самостійно реагувати на виклики динамічного господарського середовища, поєднуючи у часі і просторі інші складові виробничих ресурсів.

Персонал підприємства — це сукупність постійних працівників, які отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної діяльності й забезпечують господарську діяльність суб'єкта господарювання. У діяльності підприємства, крім постійних працівників, часто беруть участь інші працездатні

особи, які працюють на підприємстві тимчасово на підставі трудового договору (контракту).

Зважаючи на комплексність і багатогранність людської сутності, специфічність управління працею як виробничим ресурсом, дослідження персоналу підприємства має багато аспектів, базові з яких відображено на рис. 6.1.

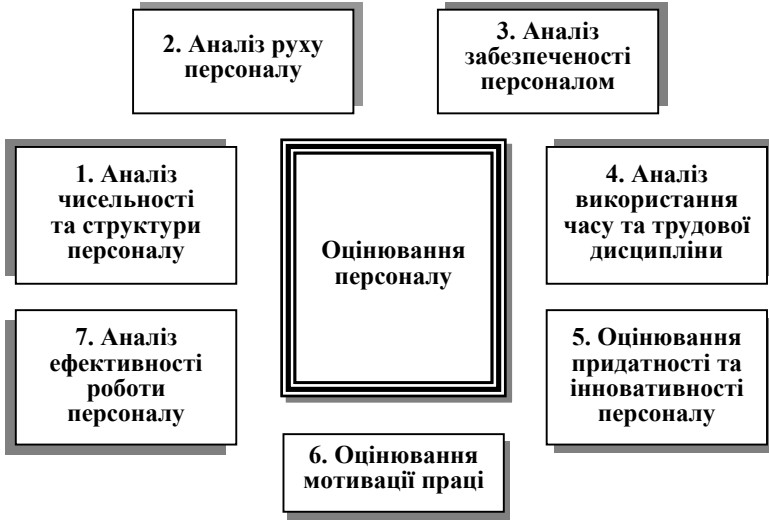


Рис. 6.1. Основні аспекти оцінювання персоналу підприємства

Джерелами інформації для аналізу персоналу є дані форм державного статистичного спостереження звітності: № 1-ПВ, № 1-ПВ (умови праці), № 6-ПВ, № 1-РС, № 2, а також штатні розписи, дані оперативного управлінського обліку, анкетування персоналу тощо.

Оцінюючи чисельність персоналу, оперують такими видами її кількісної оцінки як явочна та облікова (спискова) чисельність. *Явочна чисельність* — це чисельність працівників, що на момент обліку з'явилися на роботу. На відміну від неї *облікова (спискова) чисельність* включає усіх постійних, тимчасових, сезонних працівників, які прийняті на роботу строком більше одного дня, незалежно від того, чи перебувають вони на робочому місці, у відпустці, на лікарняному, у відрадженому тощо. У процесі аналізу використовують середні величини. Так середньооблікова чисельність працівників за календарний період обчислюється підсумовуванням чисельності працівників облікового

складу за кожен календарний день, враховуючи святкові і вихідні дні, й діленням отриманої суми на кількість календарних днів звітного періоду.

Окремо досліджується встановлена законодавством для підприємства нормативна та фактична чисельність працевлаштованих неповнолітніх, інвалідів, працівників інших категорій громадян, які потребують соціального захисту. Слід мати на увазі, що у разі недостатності фактичної чисельності вказаних категорій працівників, підприємство підлягає штрафним санкціям з боку держави (додаткові внески до позабюджетних централізованих фондів).

Важливим аспектом першого етапу оцінювання персоналу є дослідження динаміки його структури. При цьому працівників групують за такими ознаками, як: належність до видів діяльності; характер виконуваних функцій; рівень кваліфікації; вік; стать; стаж роботи, ступінь механізації праці, шкідливість умов праці тощо. Так, за належністю до видів діяльності працівників підприємства ділять на дві групи: персонал основної діяльності та персонал неосновної діяльності. У промисловості до першої групи (промислово-виробничого персоналу) відносять працівників основного, допоміжного та обслуговуючого виробництва, науково-дослідних структурних підрозділів і лабораторій, заводоуправління, складів, охорони — тобто всіх зайнятих у виробництві або безпосередньому його обслуговуванні. До непромислового персоналу відносять працівників структур, які знаходяться на балансі підприємства, але не пов'язані безпосередньо з процесами промислового виробництва, тобто працівників житлово-комунального господарства, навчальних і медичних закладів, дитячих садків та ясел, культурно-побутових установ тощо.

Одним з базових завдань менеджменту персоналу є формування стабільного високопродуктивного трудового колективу. У зв'язку з цим, важливим аспектом оцінювання ефективності управління персоналом є *аналіз показників його руху*. Високий рівень плинності персоналу може свідчити про невідповідність працівників вимогам власників або керівництва, незадовільний рівень мотивації трудової діяльності, неналежні умови праці тощо. Разом з тим, стабільно низька кількість звільнень, сталість або зростання показників приймання на роботу нових працівників свідчать про поступальний розвиток підприємства як ефективної соціально-економічної системи.

Для характеристики руху робочої сили на підприємстві розраховують та аналізують динаміку таких показників:

Таблиця 6.1

ПОКАЗНИКИ РУХУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Назва показника	Розрахунок
1. Коефіцієнт обороту з наймання працівників	$k_{o.n} = \frac{Ч_{пр}}{Ч_{cc}},$ де $Ч_{пр}$ — чисельність прийнятого на роботу персоналу; $Ч_{cc}$ — середньспіскова чисельність персоналу
2. Коефіцієнт обороту персоналу з вибуття	$k_{o.v} = \frac{Ч_{зв}}{Ч_{cc}},$ де $Ч_{зв}$ — чисельність звільнених за період працівників
3. Коефіцієнт загального обороту персоналу	$k_{з.о} = \frac{Ч_{зв} + Ч_{пр}}{Ч_{cc}},$
4. Коефіцієнт плинності персоналу	$k_{п.п} = \frac{Ч_{зв}^{в.б}}{Ч_{cc}},$ де $Ч_{cc}^{в.б}$ — чисельність звільнених за власним бажанням працівників
5. Коефіцієнт постійності складу персоналу підприємства	$k_{п.с} = \frac{Ч_{п.в.р}}{Ч_{cc}},$ де $Ч_{п.в.р}$ — чисельність працівників, що відпрацювали весь рік

Забезпеченість підприємства трудовими ресурсами аналізується в кількісному та якісному аспектах. Кількісний аспект оцінюється відповідністю фактичної чисельності персоналу за категоріями та професіями нормативній потребі в них. Особливу увагу в дослідженні слід приділити забезпеченості підприємства працівниками ключових професій, що створюють додану вартість. В якісному аспекті для оцінювання відповідності кваліфікації працівників складності виконуваних ними робіт застосовують показник, що визначається як співвідношення середніх тарифних розрядів робіт та залучених працівників (за середньоарифметичною зваженою).

Важливою складовою аналізу трудових ресурсів підприємства є дослідження ступеня *використання фонду робочого часу*. Повноту використання трудових ресурсів можна оцінити за кількістю

відпрацьованих днів і годин одним працівником за період, що аналізується. Такий аналіз може здійснюватися за кожною категорією працівників, структурними підрозділами та за підприємством у цілому з зіставленням з даними попереднього періоду. Оброблену інформацію подають, як правило, у вигляді таблиці.

Таблиця 6.2

ВИКОРИСТАННЯ ФОНДУ РОБОЧОГО ЧАСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

№	Показник	Минулий рік	Звітний рік		Відхилення	
			план	факт	від рівня минулого року	Від плану
1.	Середньорічна чисельність робітників, осіб	85	95	92	7	- 3
2	Відпрацьовано за рік одним робітником:					
а)	днів	203	210	207	4	- 3
б)	годин	1471,75	1575	1531,8	60,05	- 43,2
3.	Середня тривалість робочого дня, год	7,25	7,5	7,4	0,15	- 0,1
4.	Фонд робочого часу, год	125 098,8	149 625	140 926	15 826,9	- 8699,4
	В тому числі позаурочно відпрацьований час, тис. год	1350	980	1210	- 140	230

На сьогодні в Україні законодавчо встановлено п'ятиденний робочий тиждень (40 робочих годин). Тривалість робочого періоду в днях (явочні дні), залежить від: кількості вихідних і святкових днів; днів чергової та інших видів відпусток; днів непрацездатності; неявок на роботу із дозволу адміністрації; прогулів тощо. Під час аналізу знаходять відхилення цих показників від плану, порівнюють їх з аналогічними показниками за минулі періоди, встановлюють конкретні причини можливих відхилень. За результатами аналізу необхідно розробити заходи щодо зменшення втрат робочого часу і пов'язаних з ними непродуктивних виплат заробітної плати. Особливу увагу слід звернути при цьому на поліпшення обліку внутрішньозмінних втрат робочого часу.

На цьому етапі діагностики аналізують також рівень трудової дисципліни персоналу. Остання визначається ступенем виконан-

ня планового завдання, а також параметрами (обсяги, причини) втраченого з вини працівників часу. Ступінь виконання планових завдань розраховують за ключовими показниками діяльності персоналу (обсягом виконаних робіт, продуктивністю праці, трудомісткістю тощо) через зіставлення фактично досягнутого рівня з запланованим.

Як індикатори оцінювання рівня трудової дисципліни можуть бути використані коефіцієнт оперативності виконання робіт і коефіцієнт абсентизму персоналу. Коефіцієнт оперативності виконання робіт обчислюють як відношення фактичних обсягів робіт, виконаних у строк, до загального обсягу робіт, виконаних за період. Коефіцієнт абсентизму персоналу ($k_{\text{АбсП}}$) розраховують як:

$$k_{\text{АбсП}} = \frac{\sum_{i=1}^n t_{\text{вi}}}{t_p \cdot \text{Ч}_{\text{сc}}} \quad (6.1)$$

де, $\sum_{i=1}^n t_{\text{вi}}$ — сукупні втрати робочого часу по підприємству (підрозділу) через відсутність працівників на робочому місці, год.; t_p — плановий фонд робочого часу працівника підприємства (підрозділу) за аналізований період, год./ос.; $\text{Ч}_{\text{сc}}$ — середньспіскова чисельність працівників підприємства (підрозділу) за період, осіб.

Важливим аспектом діагностики персоналу для потреб менеджменту є оцінювання придатності персоналу до виконання покладених функцій, а також рівня його ініціативності. Отримані результати дослідження цього аспекту є підставою для розроблення і реалізації програм підвищення кваліфікації персоналу, службового просування, переміщення та звільнення окремих працівників, набору кадрів, трансформації організаційної структури підприємства тощо.

Діагностика придатності персоналу відбувається в розрізі виконуваних функцій (окремо здійснюється для керівників, спеціалістів, службовців і робітників) з урахуванням специфіки діяльності у цільовій галузі. Типовими аспектами такої діагностики є:

- ✓ освітні характеристики (отримана освіта, бажання та здатність до навчання);
- ✓ оцінювання ділових якостей (компетентність, винахідливість, організаторські здібності, здатність до навчання тощо);

- ✓ оцінювання складності виконуваних функцій (характер, різноманітність та інтенсивність робіт, додаткова відповідальність);
- ✓ оцінювання результатів праці (обсяги та якість виконання завдань, ритмічність роботи тощо).

Рівень інновативності персоналу характеризують кількість та ефективність поданих і реалізованих на підприємстві раціоналізаторських пропозицій, постачання цінної інформації про середовище господарювання тощо.

Подальшим кроком діагностики персоналу є *аналіз його мотивації*. Ключовим аспектом цього етапу, зважаючи на визначальну роль саме економічних стимулів, є дослідження фонду оплати праці та фонду інших форм матеріального стимулювання, а саме динаміки їх обсягів та структури (основна та додаткова оплата праці; пільгове харчування, транспортування, оздоровлення, кредитування працівників тощо). На цій стадії обчислюють середньомісячну зарплату представника промислово-виробничого персоналу з її подальшим зіставленням з рівнем оплати праці у цільовій галузі та регіоні функціонування підприємства, аналізують динаміку та причини формування заборгованості з оплати праці. Компанії, що мають розвинені служби менеджменту персоналу, через анкетування своїх працівників оцінюють рівень їх задоволеності роботою на підприємстві.

Заключним аспектом оцінювання персоналу є *аналіз ефективності праці*, найважливішим показником якої є продуктивність праці. *Продуктивність праці* — це соціально-економічна категорія, що визначає ефективність цілеспрямованої праці, тобто характеризує здатність конкретної праці створювати за одиницю часу певну кількість благ. Рівень продуктивності праці визначається обсягом продукції (послуг), що виробляє один працівник за одиницю робочого часу (годину, зміну, добу, місяць, квартал, рік), або кількістю робочого часу, що витрачається на виробництво одиниці продукції (послуг). Залежно від прямого або оберненого відношення маємо два показники: виробіток і трудомісткість.

Виробіток — це кількість виробленої продукції за одиницю часу або кількість продукції, яка припадає на одного середньо-облікового працівника чи робітника за рік, квартал, місяць. Він обчислюється відношенням кількості виробленої продукції до величини робочого часу, витраченого на його виробництво. *Трудомісткість* — це показник, який характеризує затрати часу на одиницю продукції (тобто обернена величина до виробітку).

В економічних розрахунках застосовують *годинну, денну, місячну (квартальну, річну) норму виробітку*. Методи виміру продуктивності праці розрізняються залежно від способів визначення обсягів виробленої продукції. Для обчислення продуктивності праці використовують натуральні, вартісні (грошові) і трудові показники. Так, натуральні вимірники (штуки, кілограми, літри, м² та ін.) мають широке застосування для оцінювання продуктивності праці на робочих місцях, у бригадах, на окремих дільницях тих галузей, які виробляють однорідну продукцію (електроенергетика, видобувні галузі промисловості). Якщо підприємство (цех, дільниця, бригада) випускає продукцію, котра має те саме призначення, проте вирізняється якоюсь однією ознакою, то виробіток можна розрахувати за допомогою умовно-натуральних одиниць (умовна цеглина, умовний лист шиферу, умовна банка консервів тощо).

Трудові показники найчастіше використовуються на робочих місцях, у бригадах, на виробничих дільницях і в цехах, де обсяг виробленої продукції або виконаних робіт визначається в нормо-годинах. За науково обґрунтованих і на певний період незмінних норм цей метод достатньо точно характеризує зміни продуктивності праці.

Проте для більшості випадків найпоширенішим методом вимірювання продуктивності праці є *вартісний (грошовий)*, який ґрунтується на використанні вартісних показників обсягу продукції (валова, товарна продукція, валовий оборот, нормативна вартість обробки, чиста, нормативно-чиста й умовно-чиста продукція, чиста виручка). Перевага вартісного методу полягає в можливості порівняння різнорідної продукції з витратами на її виготовлення як на окремому підприємстві або в галузі, так і в економіці в цілому. У зв'язку з цим вартісний метод застосовується на всіх етапах планування й обліку як на галузевому, так і на територіальному рівнях.

З теоретичного погляду найповніше уявлення щодо вкладу підприємства у створення продукції дає показник *чистої продукції — новоствореної вартості*. Величина чистої продукції розраховується як різниця між обсягом товарної продукції і витратами на сировину, матеріали, напівфабрикати, паливо, енергію, амортизаційні відрахування (елементи уречевленої праці).

У галузях з високим рівнем технічної оснащеності для розрахунку продуктивності праці застосовується показник *умовно-чистої продукції*, який містить, окрім заробітної плати з нарахуваннями, прибуток, а також суму амортизаційних відрахувань

(частину минулої праці). Проте використання цього показника обмежене у зв'язку з тим, що за значної різниці в рентабельності окремих виробів і великих відмінностей частки прибутку в оптовій ціні підприємства не можна мати точних і надійних результатів зіставлення реального вкладу підприємства щодо випуску продукції і відповідної величини прибутку.

Ширше застосовується на підприємствах показник продуктивності праці, розрахований на основі показника *нормативно-чистої продукції*.

Сутність нормативного методу визначення чистої продукції полягає в тому, що на кожний вид продукції, котра випускається підприємством, поряд з оптовою ціною встановлюється також норматив чистої продукції. Обсяг нормативно-чистої продукції по підприємству визначається множенням обсягу випуску кожного виду продукції в натуральних показниках (шт., кг тощо) на норматив чистої продукції по конкретному виробу і підсумовуванням отриманих добутків.

Основні розрахункові показники продуктивності праці наведено в табл. 6.3.

Таблиця 6.3

ОСНОВНІ РОЗРАХУНКОВІ ПОКАЗНИКИ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

Показник	Формула обчислення
1. Продуктивність праці розрахункова	$ПП = \frac{B_{\text{ч}}}{\text{Ч}_{\text{сс}}^{\text{пвп}}}$ <p>де $B_{\text{ч}}$ — обсяг чистої виручки від реалізації продукції (надання послуг, виконання робіт) за період; $\text{Ч}_{\text{сс}}^{\text{пвп}}$ — середньоспискова чисельність промислово-виробничого персоналу</p>
2. Середній виробіток на одного працівника (річний, кварталний, місячний)	$B_{\text{п}} = \frac{Q_{\text{тп}}}{\text{Ч}_{\text{сс}}^{\text{пвп}}}$ <p>де $Q_{\text{тп}}$ — обсяг товарної (іноді реалізованої) продукції за період</p>
3. Зарплатовіддача (ЗВ)	$ЗВ = \frac{B_{\text{ч}}}{\text{ФОП}}$ <p>де ФОП — загальний фонд оплати праці промислово-виробничого персоналу за період</p>
4. Зарплатомісткість	$ЗМ = \frac{\text{ФОП}}{B_{\text{ч}}} = \frac{1}{ЗВ}$

Показник	Формула обчислення
5. Віддача сукупної оплати праці	$V_{c.o.p} = \frac{V_{\text{ч}}}{\text{ФОП} + \Phi_{i.m.c}}$ де $\Phi_{i.m.c}$ — фонд іншого матеріального стимулювання персоналу підприємства
6. Фінансова продуктивність праці	$\text{ППФ} = \frac{\text{П}}{\text{Ч}_{\text{сс}}^{\text{пвп}}}$ де П — обсяг отриманого за період прибутку

Необхідність урахування економічно доцільного співвідношення між зростанням продуктивності праці і заробітною платою є одним з важливих положень, дотримання якого забезпечує стійкість розвитку суб'єктів господарювання. Загальним орієнтиром у цьому аспекті є відставання темпів зростання заробітної плати від темпів зростання продуктивності праці.



6.2. Діагностика основного капіталу підприємства

Основний капітал — частина капіталу підприємства, що інвестована в такі його довгострокові активи, як основні засоби, незавершене будівництво, довгострокові біологічні активи та інвестиційну нерухомість, що продуктивно використовуються в його господарському процесі протягом тривалого часу. За функціональними видами елементи основного капіталу підприємства можуть бути поділені на дві групи: основний операційний капітал, що представлений основними засобами та довгостроковими біологічними активами, та основний капітал інвестиційної діяльності, складовими якого є незавершене будівництво та інвестиційна нерухомість.

Основу виробничого потенціалу промислового підприємства становлять саме основні засоби, які, як правило, мають найбільшу частку у сукупній вартості майна. *Основні засоби* — матеріальні активи, окрім об'єктів яких мають значну вартість (2500 грн [3, ст.

14]) і використовуються тривалий час у господарському процесі в незмінній споживчій формі, переносячи свою вартість на собівартість виготовленої продукції (наданих послуг, виконуваних робіт) частинами в міру спрацювання. Ефективне використання засобів праці на підприємстві значною мірою визначає загальну ефективність його функціонування.

Базові аспекти діагностики основних засобів подано на рис. 6.2.

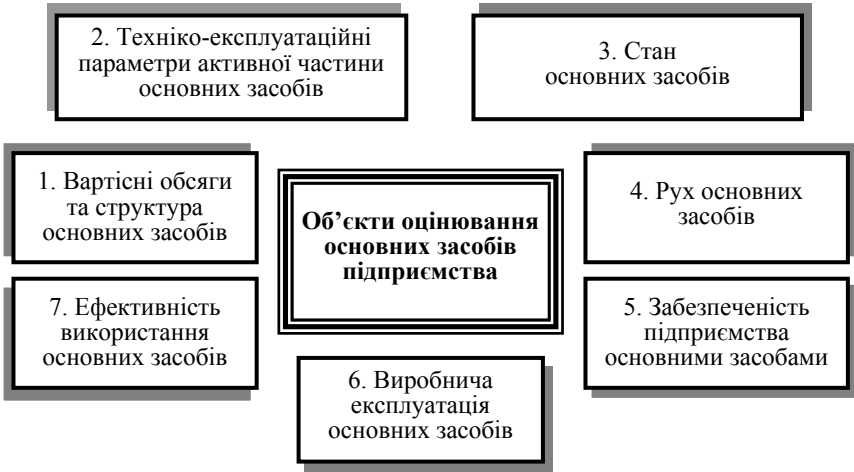


Рис. 6.2. Базові аспекти оцінювання основних засобів підприємства

Масив первинних для діагностики основних засобів підприємства має включати дані щодо вартості, структури, технічного стану, обсягів оновлення та вибуття таких активів, параметри експлуатації тощо. Джерелами інформації для аналізу основних засобів підприємства є баланс підприємства (форма № 1), звіт про фінансові результати (форма № 2), ФДСС № 11-ОЗ «Звіт про наявність та рух основних засобів, амортизацію (знос)», баланс виробничої потужності, план технічного розвитку, інвентарні картки обліку основних засобів, технічна документація тощо.

Вихідним етапом діагностики основних засобів підприємства є оцінювання динаміки їх вартісних обсягів та структури. У практиці господарювання є кілька видів оцінок основних засобів:

- залежно від моменту оцінювання їх ідентифікують за:

- ✓ *первісною (балансовою) вартістю* — фактичною вартістю засобів на момент їх введення в дію чи придбання;
- ✓ *відновною вартістю* — вартістю відтворення (придбання) аналогічного об'єкта за нинішніх умов господарювання (вартість об'єкта за теперешніми цінами);
- з огляду на *стан основних засобів* за:
 - ✓ *повною вартістю* — вартістю основних засобів у новому, неспрацьованому стані;
 - ✓ *залишковою вартістю*, яка показує частину вартості об'єктів, ще не зношену, тобто не перенесену на собівартість продукції. Кількісно вона розраховується як різниця між первісною (відновною) вартістю та сумою накопиченого зносу (амортизації).

Важливе значення для комплексної ідентифікації стану основного капіталу на підприємстві є дослідження структури основних засобів. При цьому їх структуризація може здійснюватися за:

- ◆ групами основних засобів (земельні ділянки; капітальні витрати на поліпшення земель; будинки, споруди і передавальні пристрої; машини та обладнання; транспортні засоби; інструменти, прилади, інвентар, меблі тощо);
- ◆ видами діяльності (засоби основної (промислово-виробничого призначення) та неосновної діяльності (непромислові основні засоби));
- ◆ характером участі у виробничих процесах (активна та пасивна частини);
- ◆ ступенем зносу тощо.

Найважливішим, з погляду визначення виробничого потенціалу підприємства, є розподіл основних засобів на активну та пасивну частини. Активна частина засобів бере безпосередню участь у виготовленні продукції (машини, устаткування, обладнання, інструменти тощо). Пасивна ж частина фондів лише створює необхідні умови для нормального перебігу виробничих процесів, безпосередньо не включаючись у них, але сприяючи виготовленню продукції опосередковано (будівлі, споруди, допоміжні та обслуговуючі машини, меблі тощо). У процесі аналізу особливу увагу приділяють активній частині основних фондів, виділяють і аналізують їх склад і структуру. Позитивною тенденцією є зростання обсягів та частки саме активної частини основних засобів. Якщо частка активної частини основних засобів на підприємстві зменшилась, то це, як правило, зумовлює скорочення масштабів діяльності, зменшення обсягів виробництва продукції і навпаки.

На другому етапі діагностики основних засобів підприємства досліджують базові техніко-експлуатаційні характеристики активної частини. До останніх відносять продуктивність технологічного обладнання, енерговитратність, економічність експлуатації, спроможність забезпечити відповідний сучасним вимогам ринку рівень якості продукції, прогресивності застосовуваної технології тощо. Найважливішим параметром активної частини основних засобів у цьому контексті є величина виробничої потужності підприємства та коефіцієнт її використання.

Показники інших аспектів дослідження основних засобів відображено в табл. 6.4.

Таблиця 6.4

ПОРЯДОК ОБЧИСЛЕННЯ ВІДНОСНИХ ПОКАЗНИКІВ БАЗОВИХ АСПЕКТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

Аспект дослідження	Показники та формули їх обчислення
1. Стан основних засобів	<p>1.1. Коефіцієнт зносу основних засобів: $k_{зн}^{oc.3} = \frac{З_{н.oc.3}}{B_{п}}$, де $З_{н.oc.3}$ — обсяг накопиченого зносу основних засобів; $B_{п}$ — первісна вартість основних засобів. $k_{зн}^{oc.3} \rightarrow 0$.</p> <p>1.2. Коефіцієнт придатності основних засобів:</p> $k_{пр}^{oc.3} = \frac{B_3}{B_{п}} = 1 - k_{зн}^{oc.3},$ <p>де B_3 — залишкова вартість основних засобів. $k_{пр}^{oc.3} \rightarrow 1$</p>
2. Рух основних засобів	<p>2.1. Коефіцієнт вибуття: $k_{виб} = \frac{Oc3_{виб}}{Oc3_{cp}}$, де $Oc3_{виб}$ — вартість виведених з експлуатації протягом року основних засобів; $Oc3_{cp}$ — середньорічний обсяг основних засобів.</p> <p>2.2. Коефіцієнт екстенсивного оновлення:</p> $k_{екст.он} = \frac{Oc3_{введ}}{Oc3_{cp}},$ <p>де $Oc3_{введ}$ — обсяг введених в експлуатацію протягом року основних засобів</p> <p>2.3. Коефіцієнт інтенсивного оновлення:</p> $k_{інт.он} = \frac{Oc3_{виб}}{Oc3_{введ}} = \frac{k_{виб}}{k_{екст.он}}$

Таблиця 6.4

Аспект дослідження	Показники та формули їх обчислення
3. Забезпеченість підприємства основними засобами	3.1. Фондоозброєність: $ФОЗ = \frac{ОсЗ_{ср}}{ЧП_{ср}}$, де $ЧП_{ср}$ — середньоспискова чисельність персоналу 3.2. Робоча площа на одного робітника
4. Виробнича експлуатація основних засобів	4.1. Коефіцієнт використання виробничої потужності — відношення фактичного обсягу виробництва продукції за період до середньорічної виробничої потужності. 4.2. Коефіцієнт змінності роботи устаткування — відношення загальної кількості відпрацьованих машинозмін за добу до середньої кількості одиниць встановленого обладнання. 4.3. Напруженість використання устаткування (виробничої площі) — випуск продукції на одиницю устаткування (робочої площі). 4.4. Коефіцієнт інтенсивності навантаження — відношення фактичного обсягу виготовленої за період продукції до паспортної продуктивності устаткування
5. Ефективність використання основних засобів	5.1. Фондовіддача: $ФВ = \frac{Q_n}{ОсЗ_{ср}}$ де Q_n — обсяг продукції (товарної або реалізованої (обсяг чистої виручки)) за період. $ФВ \rightarrow \infty$; 5.2. Фондомісткість: $ФМ = \frac{ОсЗ_{ср}}{Q_n} = \frac{1}{ФВ}, \quad ФВ \rightarrow 0;$ 5.3. Рентабельність основних засобів: $P_{ос.з} = \frac{\Pi_{до}}{ОсЗ_{ср}} \cdot 100\%,$ де $\Pi_{до}$ — обсяг отриманого за період прибутку до оподаткування

Приклад 6.1

Визначимо показники стану та ефективності використання основних засобів ПуАТ «Авангард» за даними додатків А та Б.

Таблиця 6.5

**ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ СТАНУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ
ПуАТ «Авангард» у x0—x1 pp.**

Показник	Дата аналізу:		
	01.01.x0	01.01.x1	01.01.x2
<i>Коефіцієнт зносу основних засобів</i>	$\frac{21\,354}{30\,099} \approx 0,709$	0,480	0,567
<i>Коефіцієнт придатності основних засобів</i>	$\frac{8745}{30\,099} \approx 0,291$	0,520	0,433

Стан основних засобів ПуАТ «Авангард» протягом x0—x1 років був нестабільним. Якщо на початку x0 року вони були суттєво зношені (майже на 71 %), то на кінець x0 року їх придатність зросла до 52 %. Причиною цього є введення в експлуатацію протягом x0 року значного обсягу основних засобів. Протягом x1 року такого оновлення не було, через що зношеність основних засобів знову зросла до майже 57 %.

Приклад 6.2

Проаналізуємо показники ефективності використання основних засобів. Ці показники є інтервальними, тому їх значення обчислюються за період, у нашому випадку раз на рік.

Таблиця 6.6

**ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПуАТ «Авангард» у x0—x1 pp.**

Показник	Значення за рік:	
	x0	x1
<i>Середньорічний обсяг основних засобів (за залишковою вартістю), ОсЗ_{ср}, тис. грн</i>	$\frac{8745 + 23\,903}{2} = 16\,324$	$\frac{23\,903 + 20\,333}{2} = 22\,118$
<i>Фондовіддача, ФВ</i>	$\frac{59\,899}{16\,324} \approx 3,669$	$\frac{62\,249}{22\,118} \approx 2,814$

Показник	Значення за рік:	
	x0	x1
Фондомісткість, ФМ	$\frac{16\,324}{59\,899} = \frac{1}{3,669} \approx 0,273$	$\frac{1}{2,814} \approx 0,355$
Рентабельність основних засобів, $R_{oc.z}$	$\frac{2868}{16\,324} \cdot 100 \approx 17,569$	$\frac{2413}{22\,118} \times 100 \approx 10,91$

Як показують результати таблиці, протягом x1 року ефективність експлуатації основних засобів у компанії зменшилася. Причинами цього є зростання середньорічної вартості основних засобів за менших темпів приросту чистої виручки, а також скорочення обсягу прибутку до оподаткування.

6.3. Дослідження оборотних коштів підприємства



У економічній літературі та практиці господарювання оперують такими поняттями, як оборотний капітал, оборотні кошти та оборотні активи. *Оборотний капітал* — це частина капіталу підприємства, яка інвестована в його товарно-матеріальні запаси, дебіторську заборгованість, фінансові інвестиції, грошові активи та витрати майбутніх періодів. Вужчими за змістом та елементним наповненням є терміни «оборотні активи» та «оборотні кошти». Під *оборотними активами* в бухгалтерському трактуванні розуміють частину капіталу, представлену поточними активами (запасами, поточною дебіторською заборгованістю, поточними фінансовими інвестиціями, грошовими коштами та іншими оборотними активами). *Оборотні кошти* крім оборотних активів включають ще й витрати майбутніх періодів. Отже, поняття «оборотний капітал» є ширшим за «оборотні кошти», адже містить додатково такі специфічні види активів як довгострокова дебіторська заборгованість та довгострокові фінансові інвестиції. Довгострокова дебіторська заборгованість не виникає в перебігу нормального операційного цик-

лу. При цьому підприємство прогнозує, що вона буде погашена у строк, більший за 12 місяців з дати формування відповідної звітності. Наявність у підприємства довгострокових фінансових інвестицій свідчить про його участь у статутному капіталі інших підприємств (дочірніх, афілійованих), при цьому ця участь — не тимчасове володіння з метою отримання додаткового доходу як при здійсненні поточних фінансових інвестицій. Основною метою такої довгострокової участі є свідоме управління відповідним підприємством для створення переваг або необхідних умов діяльності для головної (материнської) організації, здійснення тривалих спільних проєктів з іншими компаніями тощо.

За ознакою характеру джерел фінансування оборотного капіталу виділяють кілька важливих кількісних показників: валовий, чистий, власний оборотний капітал та фінансово-експлуатаційні потреби. *Валовий оборотний капітал* — це сукупна вартість належних підприємству товарно-матеріальних запасів, довгострокових і поточних фінансових вкладень, довгострокової та поточної дебіторської заборгованості, грошових коштів, інших оборотних активів і витрат майбутніх періодів. Формули та приклади обчислення обсягів власних оборотних коштів і чистих оборотних коштів наводилися у темі № 5.

При управлінні оборотним капіталом важливо визначити, чи забезпечена поточна діяльність компанії наявними фінансовими ресурсами, і якщо таке забезпечення недостатнє, то в якому обсязі потрібне кредитне фінансування. Отримати відповідь на ці запитання дозволяє показник *фінансово-експлуатаційні потреби*, який обчислюють як різницю між сумою товарно-матеріальних цінностей і дебіторської заборгованості та кредиторською заборгованістю. Якщо розрахункова величина фінансово-експлуатаційних потреб є від'ємною, то підприємство не потребує залучення додаткових кредитних ресурсів для фінансування поточної діяльності. І навпаки, додатна величина показника вказує на нестачу поточного фінансування та необхідність залучення коштів із зовнішніх джерел.

Аналізуючи структуру оборотних коштів проводять вертикальний і горизонтальний аналіз у розрізі їх основних компонентів.

Приклад 6.3

Здійснено аналіз обсягів і структури оборотних коштів на прикладі ПуАт «Авангард».

Таблиця 6.7

ДИНАМІКА ОБСЯГІВ ТА СТРУКТУРИ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПуАТ «Авангард» у x0—x1 рр.

Дата аналізу	Показник	Значення за елементами						Разом оборотні кошти
		запаси ТМЦ	дебіторська заборгованість	грошові активи	інші оборотні активи	витрати майбутніх періодів		
01.01. x0	Сума, тис. грн	4190,0	23 660,0	12,0	0,0	6,0	27 868,0	
	Частка в оборотних коштах, %	15,0	84,9	0,04	0,00	0,02	100,0	
	Частка в активах, %	11,1	62,8	0,03	0,00	0,02	74,0	
01.01. x1	Сума, тис. грн	5873,0	12 010,0	107,0	0,0	4,0	17 994,0	
	Зміна абс., тис. грн	1683,0	- 11 650,0	95,0	0,0	- 2,0	- 9874,0	
	Зміна відн., %	40,2	- 49,2	791,7	—	- 33,3	- 35,4	
01.01. x2	Частка в оборотних коштах, %	32,6	66,7	0,6	0,0	0,02	100,0	
	Частка у активах, %	13,6	27,8	0,25	0,0	0,01	41,7	
	Сума, тис. грн	9463,0	13 790,0	244,0	0,0	14	23 511,0	
01.01. x2	Зміна абс., тис. грн	3590,0	1780,0	137,0	0,0	10,0	5517,0	
	Зміна відн., %	61,1	14,8	128,0	—	250,0	30,7	
	Частка в оборотних коштах, %	40,2	58,6	1,0	0,0	0,06	100,0	
	частка у активах, %	21,4	31,1	0,5	0,0	0,03	53,1	

Як видно з таблиці, обсяги оборотних коштів протягом $x0-x1$ рр. були нестабільними, відповідно змінювалася і частка оборотних коштів у сукупних активах товариства. Найбільша частина оборотних фондів іммобілізована у дебіторській заборгованості, частка якої у їх сукупній сумі протягом трьох дат аналізу скоротилася з 85 % до 59 %. Переважання дебіторської заборгованості в оборотних коштах промислового підприємства є негативним явищем, яке свідчить про знерухомлення поточних активів, їх відволікання з процесу продуктивного обороту. Поряд з тим слід відмітити зростання обсягів та частки оборотних коштів у запасах товарно-матеріальних цінностей підприємства. Також слід відзначити незначні обсяги і частки грошових активів та витрат майбутніх періодів.

Наступним аспектом дослідження оборотних коштів підприємства є діагностика їх оборотності. Показники оборотності оборотних коштів відображено в табл. 6.8.

Таблиця 6.8

**ПОРЯДОК ОБЧИСЛЕННЯ ПОКАЗНИКІВ
ОБОРОТНОСТІ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Показник	Формула	Зміст та позитивна динаміка
1. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	$КО_{об.к} = \frac{Q_{р.п}}{ОбК_{ср}}$ <p>де $Q_{р.п}$ — обсяг реалізації продукції (чиста виручка) за період; $ОбК_{ср}$ — середній за період обсяг оборотних коштів (оборотних активів і витрат майбутніх періодів)</p>	показує кількість оборотів оборотних коштів за період. $КО_{об.к} \rightarrow \max$
2. Тривалість обороту оборотних коштів	$ТО_{об.к} = \frac{t_n}{КО_{об.к}}$ <p>де t_n — тривалість аналізованого періоду</p>	показує середню тривалість одного обороту оборотних коштів. $ТО_{об.к} \rightarrow \min$
3. Коефіцієнт оборотності запасів	$КО_3 = \frac{СВ_в}{З_{ср}}$ <p>де $СВ_в$ — виробнича собівартість реалізованої продукції (за формою № 2 собівартість реалізованої продукції)</p>	характеризує кількість оборотів запасів ТМЦ за період. $КО_3 \rightarrow \max$

Таблиця 6.8

Показник	Формула	Зміст та позитивна динаміка
4. Тривалість обороту запасів	$TO_3 = t_n / KO_3,$ де t_n — тривалість аналізованого періоду	показує середню тривалість одного обороту запасів ТМЦ. $TO_3 \rightarrow \min$
5. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	$KO_{д.з} = Q_{р.п}^k / ДЗ_{ср},$ де $Q_{р.п}^k$ — обсяг реалізації продукції у кредит (з відстрочкою оплати) за період; $ДЗ_{ср}$ — середній за період обсяг дебіторської заборгованості	характеризує кількість оборотів дебіторської заборгованості за період. $KO_{д.з} \rightarrow \max$
6. Період інкасації дебіторської заборгованості	$П_{д.з} = t_n / KO_{д.з}$	показує середній термін погашення дебіторської заборгованості. $П_{д.з} \rightarrow \min$
7. Коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості	$k_{інк}^{д.з} = \frac{ДЗ_{інк}}{Q_{рп}^k},$ де $ДЗ_{інк}$ — обсяг інкасованої (оплаченої) дебіторської заборгованості за період	показує яка частка реалізованої у кредит продукції за період була оплачена покупцями. $k_{інк}^{д.з} \rightarrow 1$
8. Коефіцієнт оборотності грошових активів	$KO_{г.а} = Q_{р.п} / ГА_{ср},$ де $ГА_{ср}$ — середній за період залишок грошових активів, грн	характеризує кількість оборотів грошових активів за період. $KO_{г.а} \rightarrow \max$
9. Тривалість обороту грошових активів	$TO_{г.а} = t_n / KO_{г.а}$	показує середню тривалість одного обороту грошових активів. $TO_{г.а} \rightarrow \min$

Приклад 6.4

Обчислимо динаміку показників оборотності оборотних коштів за даними фінансової звітності ПУ-АТ «Авангард» (додатки А та Б).

Таблиця 6.9

ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ ОБОРОТНОСТІ ОБОРОТНИХ КОШТІВ
ПуАТ «Авангард» у x0—x1 рр.

Показник	Значення за рік:	
	x0	x1
<i>Вихідні дані</i>		
<i>Середньорічний обсяг оборотних коштів (середньорічне значення за підсумками 2-го і 3-го розділів акти-ву балансу), ОБК_{ср}, тис. грн</i>	$\frac{27\ 862 + 6 + 17\ 990 + 4}{2} = 22\ 931$	20 752,5
<i>Середньорічний обсяг запасів товарно-матеріальних цінностей (середньорічне значення за сумами р. 100—140 балансу), З_{ср}, тис. грн</i>	$\frac{1848 + 30 + 1941 + 371 + 1385 + 20 + 3956 + 512}{2} = 5031,5$	7668
<i>Середньорічний обсяг дебіторської заборгованості (середньорічне значення за сумами р. 150, 160, 170—210 балансу), ДЗ_{ср}, тис. грн</i>	$\frac{11 + 6540 + 2 + 16\ 749 + 358 + 20 + 9348 + 20 + 2434 + 188}{2} = 17\ 835$	12 900
<i>Середньорічний обсяг грошових акти-вів (середньорічне значення за су-мами р. 220, 230, 240 балансу), Г_{ср}, тис. грн</i>	$\frac{8 + 4 + 31 + 76}{2} = 59,5$	175,5
<i>Обсяг чистої виручки, (р. 035 форми № 2), Вч, тис. грн</i>	59 899	62 249
<i>Обсяг чистої виручки за продукцією, реалізованою у кредит ,</i>	9000	8500

Закінчення табл. 6.9

Показник	Значення за рік:	
	x0	x1
Виробнича собівартість продукції (р. 040 форми № 2), СВ _в , тис. грн	45 755	49 835
<i>Показники оборотності оборотних коштів</i>		
Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	$59\,899 / 22\,931 \approx 2,612$	3,000
Тривалість обороту оборотних коштів, дн.	$365 / 2,612 \approx 139,732$	121,683
Коефіцієнт оборотності запасів	$45\,755 / 5031,5 \approx 9,094$	6,499
Тривалість обороту запасів, дн.	$365 / 9,094 \approx 40,138$	56,162
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	$9\,000 / 17\,835 \approx 0,505$	0,659
Період інкасації дебіторської заборгованості, дн.	$365 / 0,505 \approx 722,77$	553,94
Коефіцієнт оборотності грошових активів	$59\,899 / 59,5 \approx 1\,006,706$	354,6952
Тривалість обороту грошових активів, дн.	$365 / 1\,006,706 \approx 0,363$	1,029

¹ Такий обсяг визначається за даними управлінського обліку у відділі збуту, бухгалтерії тощо.

Виходячи з результатів розрахунків у таблиці, можна стверджувати, що оборотність оборотних коштів у цілому по підприємству у $x1$ році порівняно з $x0$ незначно зросла. Поряд з тим за окремими елементами оборотних коштів (запаси товарно-матеріальних цінностей, грошові активи) оборотність досить суттєво знизилася, що є свідченням погіршення ефективності їх експлуатації. Така ситуація пояснюється випередженням темпів зростання вказаних елементів оборотних коштів індексу збільшення базових фінансових параметрів (чистої виручки та виробничої собівартості продукції). Також звертають на себе увагу надзвичайно низькі рівні оборотності дебіторської заборгованості, що свідчить про необхідність вжиття подальших заходів, спрямованих на повернення боргів від дебіторів.

Відносним показником прибутковості експлуатації оборотних коштів є рентабельність оборотних коштів, яка обчислюється так:

$$P_{\text{об.к}} = \frac{П_{\text{до}}}{\text{ОбК}_{\text{ср}}} \cdot 100\%, \quad (6.2)$$

де $П_{\text{до}}$ — обсяг фінансового результату (прибуток) до оподаткування, р. 170 (175) форми № 2; $\text{ОбК}_{\text{ср}}$ — середній за період обсяг оборотних коштів.

Приклад 6.5

Обчислимо динаміку рентабельності оборотних коштів за даними ПуАТ «Авангард» (додатки А та Б):

Таблиця 6.10

ДИНАМІКА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ОБОРОТНИХ КОШТІВ
ПуАТ «Авангард» у $x0$ — $x1$ рр.

Показник	Значення за:	
	$x0$ рік	$x1$ рік
Середньорічний обсяг оборотних коштів (середньорічне значення за підсумками 2-го і 3-го розділів активу балансу), $\text{ОбК}_{\text{ср}}$ тис. грн	$\frac{27\,862 + 6 + 17\,990 + 4}{2} = 22\,931$	$\frac{17\,990 + 4 + 23\,497 + 14}{2} = 20\,752,5$

Показник	Значення за:	
	x0 рік	x1 рік
<i>Обсяг фінансового результату (прибутку, збитку) до оподаткування, р. 170 (175) форми № 2, П_{до}, тис. грн</i>	2868	2413
<i>Рентабельність оборотних коштів, Р_{об.к.} %</i>	$\frac{2868}{22\,931} \cdot 100\% \approx 12,51$	$\frac{2413}{20\,752,5} \cdot 100\% \approx 11,63$

Як видно з таблиці, прибутковість використання оборотних коштів зменшилася у x1 році майже на 0,9 %, що свідчить про зниження ефективності їх експлуатації.

Також можна обчислювати рентабельність поточних (короткострокових) фінансових інвестицій за формулою:

$$P_{\text{кфв}} = \frac{P_{\text{п.ф.і}}}{\text{ПФІ}_{\text{ср}}} \cdot 100\%, \quad (6.3)$$

де, $P_{\text{п.ф.і}}$ — прибуток від короткострокових фінансових інвестицій, що розраховується як різниця між отриманими фінансовими доходами (дивіденди, проценти, реалізовані позитивні курсові різниці тощо) за тимчасовими фінансовими вкладеннями та витратами на їх здійснення; $\text{ПФІ}_{\text{ср}}$ — середній за період обсяг короткострокових фінансових інвестицій.



6.4. Аналіз ділової активності підприємства

Оцінювання ділової активності передбачає ідентифікацію оборотності активів підприємства, що визначається відношенням обсягів реалізації продукції до застосованих ресурсів. Такий аналіз полягає в діагностиці спроможності фірми генерувати доходи через здійснення обороту капіталу з урахуванням

параметрів матеріального забезпечення, збуту готової продукції, умов розрахунків з постачальниками і споживачами. До основних показників ділової активності відносять коефіцієнт оборотності (кількість оборотів) оборотних коштів, тривалість одного обороту оборотних коштів, фондівіддачу, фондомісткість, а також капіталовіддачу та тривалість обороту капіталу. Формули обчислення названих показників крім двох останніх були визначені раніше у цій темі. Капіталовіддача ж характеризує оборотність усього капіталу (активів) підприємства, і розраховується так:

$$KB = \frac{B_{\text{ч}}}{A_{\text{ср}}}, \quad (6.4)$$

де $B_{\text{ч}}$ — обсяг чистої виручки від реалізації продукції (виконання робіт, надання послуг за період); $A_{\text{ср}}$ — середній за період обсяг активів підприємства.

Тривалість одного обороту сукупного капіталу обчислюється за формулою:

$$TO_{\text{к}} = \frac{t_{\text{п}}}{KB}, \quad (6.5)$$

де $t_{\text{п}}$ — тривалість аналізованого періоду.

Інтерпретуючи значення вказаних показників, слід виходити з того, що позитивним напрямом динаміки для капіталовіддачі є зростання, а для тривалості обороту капіталу — зниження.

Приклад 6.6

Обчислимо в таблиці 6.11 динаміку вказаних показників за даними додатків А та Б.

Таблиця 6.11

ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ ОБОРОТНОСТІ СУКУПНОГО КАПІТАЛУ ПуАТ «Авангард» у x_0 — x_1 рр.

Показник	Значення за рік:	
	x_0	x_1
Середньорічний обсяг активів, $A_{\text{ср}}$, тис. грн	$\frac{37\,646 + 43\,159}{2} = 40\,402,5$	$\frac{43\,159 + 44\,285}{2} = 43\,722$

Закінчення табл. 6.11

Показник	Значення за рік:	
	x0	x1
Капіаловіддача, КВ	$\frac{59\,899}{40\,402,5} \approx 1,483$	$\frac{62\,249}{43\,722} \approx 1,424$
Тривалість обороту капіталу, ТО _к , дн.	$\frac{365}{1,483} \approx 246,12$	$\frac{365}{1,424} \approx 256,3$

Отже, порівняно з x0 роком показники оборотності сукупного капіталу децю погіршилися, що свідчить про незначне зниження ділової активності. Причинами цього є перевищення темпів зростання обсягу активів над темпами приросту чистої виручки від реалізації продукції.

Резюме теми

Діагностика ефективності діяльності фірми передбачає оцінювання персоналу, основного та оборотного капіталу, ділової активності підприємства. Основними аспектами оцінювання персоналу підприємства є аналіз чисельності та структури персоналу, оцінювання руху персоналу, аналіз забезпеченості підприємства персоналом, аналіз використання часу та трудової дисципліни, оцінювання придатності та інновативності працівників, аналіз мотивації праці, а також оцінювання ефективності роботи персоналу.

Діагностуючи основний капітал суб'єкта господарювання, вивчають вартісні обсяги та структуру основних засобів, техніко-експлуатаційні параметри активної частини, стан і рух основних засобів, забезпеченість ними підприємства, параметри виробничої експлуатації та ефективність використання основних засобів.

Значний обсяг фінансових ресурсів, що інвестуються в оборотні активи, визначальна роль останніх у прискоренні обороту капіталу та забезпеченні платоспроможності, а також інші фактори визначають складність і важливість діагностики та управління оборотними коштами. Типовими аспектами дослідження оборот-

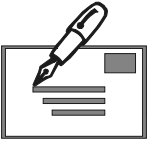
них коштів підприємства є обсяги і структура оборотних коштів, їх оборотність (коефіцієнти оборотності та тривалість обороту за окремими елементами) і прибутковість використання (рентабельність оборотних коштів).

Оцінювання ділової активності передбачає ідентифікацію оборотності активів підприємства, що визначається відношенням обсягів реалізації продукції до застосованих ресурсів. Такий аналіз полягає в діагностиці спроможності фірми генерувати доходи через здійснення обороту капіталу з урахуванням параметрів матеріального забезпечення, збуту готової продукції, умов розрахунків з постачальниками і споживачами. До основних показників ділової активності належать: капіталовіддача та тривалість обороту капіталу, коефіцієнт оборотності (кількість оборотів) оборотних коштів, тривалість одного обороту оборотних коштів, фондовіддача та фондомісткість.



Питання для самоконтролю

1. Які завдання діагностики персоналу підприємства?
2. Які інформаційні джерела можуть бути використані при здійсненні діагностики персоналу підприємства?
3. Які індикатори використовують для аналізу руху персоналу?
4. Які показники використовують для характеристики продуктивності праці?
5. В яких аспектах здійснюють діагностику основного капіталу підприємства?
6. Які інформаційні джерела можуть бути використані для отримання вихідних даних для діагностики основних засобів підприємства?
7. Які коефіцієнти характеризують рух основних засобів?
8. Які показники використовуються як індикатори ефективності використання основних засобів?
9. Поясніть співвідношення термінів «оборотний капітал», «оборотні активи», «оборотні кошти».
10. Які показники обчислюють, діагностуючи оборотність оборотних коштів?
11. Чим визначається ділова активність та які показники застосовуються для її характеристики?



Тестові запитання

1. Коефіцієнт загального обороту персоналу обчислюють як ...

- a) співвідношення чисельності звільнених з роботи та прийнятих на роботу працівників;
- b) співвідношення загальної кількості звільнених працівників та середньоспискової за період чисельності персоналу;
- c) співвідношення кількості звільнених за власним бажанням працівників та середньоспискової за період чисельності персоналу;
- d) відношення суми кількості звільнених і прийнятих на роботу працівників до середньоспискової за період чисельності персоналу.

2. Фінансова продуктивність праці обчислюється як відношення ...

- a) обсягу прибутку до фонду оплати праці;
- b) обсягу прибутку до середньоспискової чисельності персоналу;
- c) фонду оплати праці до середньоспискової чисельності персоналу;
- d) обсягу товарної (реалізованої) продукції до фонду оплати праці.

3. Фондовіддача обчислюється, як...

- a) відношення обсягу реалізації продукції (чистої виручки) до середньорічної вартості основних засобів;
- b) відношення обсягу прибутку до оподаткування до середньорічної вартості основних засобів;
- c) співвідношення обсягів середньорічної вартості основних засобів та реалізації продукції (чистої виручки);
- d) відношення обсягу реалізації продукції (чистої виручки) до середньорічної величини оборотних коштів;
- e) співвідношення обсягів оборотних коштів і поточних зобов'язань.

4. Якщо коефіцієнт зносу основних засобів складає 0,35, а їх первісна вартість — 7000 тис. грн, то залишкова вартість основних засобів становить ...

- a) 2450 тис. грн;
- b) 4550 тис. грн;
- c) 10 769,2 тис. грн;
- d) 20 000 тис. грн;
- e) даних для визначення показника недостатньо.

5. Якщо коефіцієнт інтенсивного оновлення основних засобів складає 0,4, коефіцієнт вибуття — 0,2, а середньорічна вартість основних засобів дорівнює 5600 тис. грн, то обсяг введених у експлуатацію за рік основних засобів становить ...

- a) 448 тис. грн;
- b) 2800 тис. грн;
- c) 11 200 тис. грн;
- d) 70 000 тис. грн;
- e) даних для визначення показника недостатньо.

6. Якщо за звітний рік фондомісткість становила 0,4, а обсяг чистої виручки від реалізації продукції — 10 000 тис. грн, то середньорічна вартість основних засобів у звітному році складала ...

- a) 2500 тис. грн;
- b) 4000 тис. грн;
- c) 5000 тис. грн;
- d) 25 000 тис. грн;
- e) даних для визначення показника недостатньо.

7. Відомо, що рівень рентабельності основних засобів дорівнює 20 %, обсяг прибутку склав 650 тис. грн, а фондомісткість становила 0,4. Яка величина чистої виручки (обсягу реалізації продукції)?

- a) 52 тис. грн;
- b) 325 тис. грн;
- c) 1300 тис. грн;
- d) 5200 тис. грн;
- e) 8125 тис. грн.

8. Витрати майбутніх періодів не є елементом ...

- a) оборотного капіталу;
- b) оборотних коштів;
- c) оборотних активів.

9. У чисельнику основної формули коефіцієнта оборотності запасів має бути ...

- a) обсяг виручки від реалізації продукції (робіт, послуг);
- b) обсяг чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг);
- c) середній за період обсяг запасів товарно-матеріальних цінностей;
- d) обсяг прибутку до оподаткування за період;
- e) обсяг собівартості продукції.

10. Обчисліть вартість оборотних коштів на кінець базового року, якщо рівень рентабельності оборотних коштів склав 16 %, обсяг прибутку — 400 тис. грн, а обсяг оборотних коштів на початок року — 2000 тис. грн.

- a) 3,2 тис. грн;
- b) 500 тис. грн;
- c) 720 тис. грн;
- d) 3000 тис. грн;
- e) ваш варіант відповіді.

11. Тривалість обороту грошових активів становить 3,02 дня. Обчисліть обсяг чистої виручки від реалізації продукції, якщо залишки грошових активів на початок та кінець звітного року склали 56 та 84 тис. грн, відповідно.

- a) 211,4 тис. грн;
- b) 422,8 тис. грн;
- c) 8470 тис. грн;
- d) 20 570 тис. грн;
- e) ваш варіант відповіді.

12. Якщо за рік обсяг чистої виручки від реалізації продукції склав 25 000 тис. грн, а обсяги активів підприємства становили 4300 тис. грн на початок року та 5700 тис. грн у кінці року, то тривалість обороту капіталу дорівнює ...

- a) 5 оборотів;
- b) 10,22 дня;
- c) 73 дні;
- d) 146 днів;
- e) даних для визначення показника недостатньо.



Задача 6.1

За даними таблиці охарактеризуйте показники руху та ефективності використання персоналу підприємства протягом двох років.

Показник	Значення за:	
	1 рік	2 рік
Чисельність прийнятого на роботу персоналу, осіб	12	19
Чисельність звільненого з роботи персоналу, всього осіб у тому числі за власним бажанням, осіб	21 14	23 8
Чисельність працівників, що відпрацювали весь рік, осіб	152	158
Середньоспискова чисельність персоналу, осіб	158	165
Річний фонд оплати праці, тис. грн	2520	2815
Обсяг реалізованої продукції (чистої виручки), тис. грн	12 340	13 150
Обсяг чистого прибутку, тис. грн	890	915

Задача 6.2

У звітному році ТОВ «Формат» реалізувало продукції на 14,6 млн грн за середньорічного залишку оборотних коштів на 1,825 млн грн. У наступному році планується збільшення обсягу реалізації на 15 % та ставиться завдання скорочення тривалості обороту оборотних коштів на 4 дні. Розрахувати показники оборотності оборотних коштів у звітному та наступному роках і визначити зміну потреби у оборотних коштах.

Задача 6.3

За даними звітності ПрАТ «Дублер» (додатки В та Г) за два роки обчисліть усі можливі показники:

✓ аналізу персоналу підприємства за базовими аспектами дослідження. Візьміть до уваги, що середньорічна чисельність пер-

соналу підприємства складала у 2008—2009 роках відповідно, 180 та 175 осіб;

- ✓ аналізу основного капіталу за базовими аспектами діагностики;

- ✓ аналізу оборотних коштів за базовими аспектами дослідження

- ✓ аналізу ділової активності;

За кожним з аспектів діагностики дайте пояснення причин виявленої тенденції зміни індикаторів.



Завдання для написання дипломних робіт

1. За даними звітності обраного підприємства:

- ✓ здійсніть аналіз персоналу підприємства за базовими аспектами дослідження;

- ✓ здійсніть аналіз основного капіталу за базовими аспектами діагностики;

- ✓ здійсніть аналіз оборотних коштів за базовими аспектами дослідження;

- ✓ проаналізуйте динаміку основних показників ділової активності.

За кожним з аспектів діагностики здійсніть порівняння фактичних значень показників з їх нормативними рівнями, а також дайте пояснення причин виявленої тенденції зміни індикаторів.

2. Охарактеризуйте специфіку менеджменту персоналу на підприємстві: наявність та зміст стратегії управління, програм розвитку, перелік підрозділів, їх функцій, прогресивність використовуваної методичної бази та інструментарію, технічна та кадрова забезпеченість відділів тощо.

3. Опишіть особливості мотивації персоналу на підприємстві.

4. Ідентифікуйте заходи з розвитку персоналу, що були здійснені підприємством протягом аналізованого періоду: мета, актуальність, об'єкти впливу заходів, бюджет, виконавці, результати.

5. Визначте особливості управління основним капіталом на підприємстві.

6. Опишіть програми та заходи з розвитку техніко-технологічної бази виробництва, що були впроваджені (розроблені) на

підприємстві протягом аналізованого періоду: мета, актуальність, об'єкти впливу заходів, бюджет, виконавці, результати.

7. Висвітліть особливості управління оборотними активами на підприємстві за кожним їх елементом (товарно-матеріальні запаси, дебіторська заборгованість, грошові активи): моніторинг, облік, планування.

8. Опишіть умови матеріально-технічного забезпечення підприємства: кількість постачальників, перелік необхідних матеріально-технічних ресурсів (сировини, основних і допоміжних матеріалів, палива та енергії тощо), строки та умови поставки, величина партій, форми розрахунків та рівень цін.

9. Оцініть структуру дебіторської заборгованості на підприємстві у розрізі форм розрахунків (вексельна, безвексельна), вікової структури, простроченості тощо.

*«Метою всієї діяльності інтелекта є перетворення деякого дива на щось відчутне»
Е. Севрус*

Тема

7

ДІАГНОСТИКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Ключові поняття і терміни

- інтелектуальний капітал;
- нематеріальні ресурси;
- нематеріальні активи;
- гудвіл

7.1. Інтелектуальний капітал підприємства та особливості його дослідження.

7.2. Вимірювання та оцінювання вартості інтелектуального капіталу.

7.3. Комплексна діагностика інтелектуального капіталу.

Вивчивши матеріал цієї теми, ви будете **знати**:

- ✓ сутність, значення та складові інтелектуального капіталу підприємства;
- ✓ особливості процесу формування складових інтелектуального капіталу;
- ✓ зміст, аспекти та специфіку діагностики інтелектуального капіталу підприємства,

а також **уміти**:

- ✓ визначати вартість інтелектуального капіталу та його складових за різними методиками;
- ✓ оцінювати ефективність формування та експлуатації інтелектуального капіталу підприємства.



7.1. Інтелектуальний капітал підприємства та особливості його дослідження

Проведення ідентифікації інтелектуального капіталу (ІК) та визначення його величини є найскладнішими та дискусійними питаннями у сфері управління підприємством. Це пов'язано з рядом обставин. По-перше, питання оцінювання інтелектуального капіталу є досить новим для вітчизняних менеджерів, що пояснює відсутність у них практичних навиків. По-друге, складність обліку та оцінювання інтелектуального капіталу підприємства зумовлена не тільки нематеріальною формою існування деяких його складових, що спричинює проблему його ідентифікації, а й браком чітких методичних підходів до оцінювання. По-третє, невизначеність цілей і завдань подібного оцінювання (неінтегрованість їх у сферу стратегічного управління підприємством) навіть у разі коректного застосування будь-якого з нині існуючих методів дає керівникові цікаву інформацію але, в основному, малопридатну йому в повсякденній роботі.

Спочатку проблема оцінювання невідчутних (англ. — *intangible*) факторів виникла в інформаційно насичених компаніях, у яких обсяг матеріальних активів, які обліковуються, невеликий, а інтелектуальний потенціал — високий. Інвестори не були схильні вкладати кошти в подібні компанії, і перед менеджерами постало завдання розрахунку величини їх нематеріальних активів і доведення її до інвесторів з тим, щоб створити адекватнішу картину про діяльність компанії та її перспективи.

В цілому, під економічним аналізом інтелектуального капіталу розуміють аналіз як сукупності відносин, що виникають у процесі формування, розподілу, використання та відтворення інтелектуальних ресурсів, так і виробництва, обміну, розподілу та споживання інтелектуального продукту [46]. Тобто цей термін дає узагальнену характеристику аналітичних процедур, що полягають у використанні певних моделей і методів, що застосовуються для оцінювання, осмислення та обґрунтування дій з управління інтелектуальним капіталом підприємства.

Основними напрямками економічного аналізу інтелектуального капіталу підприємства є:

- 1) аналіз стану його інтелектуального капіталу та складових;
- 2) аналіз ефективності використання інтелектуального капіталу та його складових;
- 3) комплексний аналіз ринкової вартості та прибутковості підприємства з урахуванням впливу інтелектуального капіталу.

Результати аналізу інтелектуального капіталу дозволяють, на думку І. Журавльової, позиціонувати підприємство на основі шахових матриць (рис. 7.1).

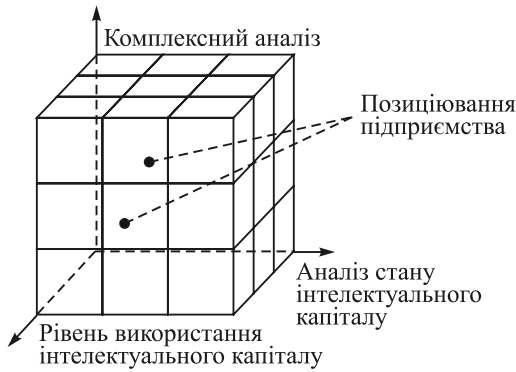


Рис. 7.1. Позиціонування стану підприємства за результатами аналізу його інтелектуального капіталу [46]

Діагностування інтелектуального капіталу підприємств включає ряд етапів, які наведено на рис. 7.2.

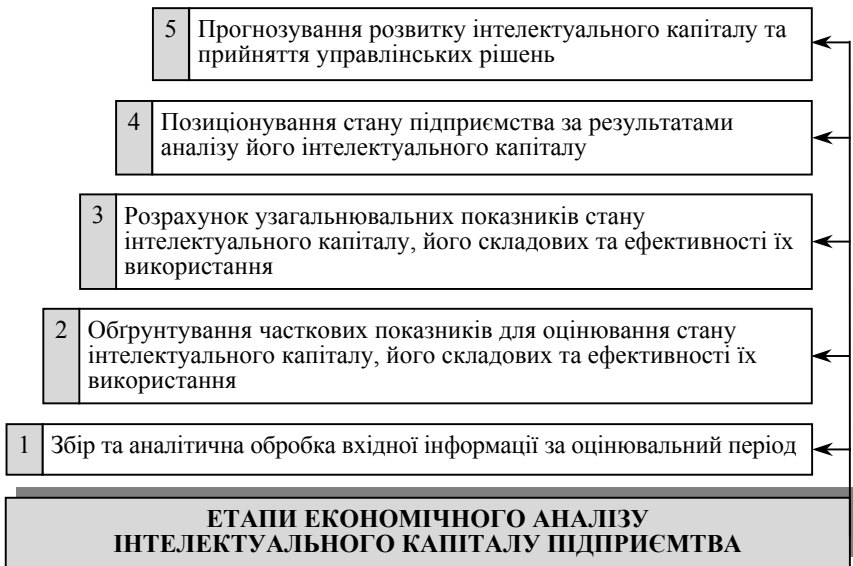


Рис. 7.2. Етапи економічного аналізу інтелектуального капіталу підприємства

У процесі аналізу інтелектуального капіталу доцільно досліджувати як фінансові, так і нефінансові показники, оскільки не всі складові інтелектуального капіталу можуть бути виражені у вартісній формі. Вибір показників є індивідуальним для кожного підприємства, оскільки пов'язаний з особливостями функціонування та цілями його розвитку.

Специфіка інтелектуального капіталу підприємства як об'єкта діагностики полягає в тому, що немає єдності думок науковців стосовно визначення його меж. Аналіз літературних джерел щодо визначення поняття та сутності інтелектуального капіталу дозволяє виділити три підходи до його трактування:

1. Представники першого підходу (В. Іноземцев, Л. Мельник, В. Садовський, Є. Стеценко,) трактують цю категорію як *сукупність цінностей*: розумових здібностей, досвіду, інформації та знань працівників у сукупності зі створеними матеріальними та нематеріальними засобами, які використовуються в процесі інтелектуальної праці [45; 49; 78]. Отже, із позиції сукупності цінностей інтелектуальний капітал розглядається як актив, що здатний приносити дохід.

2. Адепти другого підходу (С. Альберт і К. Бредлі, Л. Едвінсон, Й. Руус, С. Пайк і Л. Фернстем, Дж. Тіс) розглядають інтелектуальний капітал *із позиції процесу* перетворення знань і нематеріальних активів у ресурси, які дають конкурентні переваги окремим особам, фірмам, державам [86; 94; 107; 109]. Із позиції процесу сутність інтелектуального капіталу полягає в його здатності до відтворення.

3. Прибічники третього підходу (Е. Брукінг, А. Василик, Б. Леонт'єв, В. Петренко) розглядають цю категорію як *результат* зусиль підприємства з його формування, використання і примноження, які приносять позитивний економічний та соціальний ефект [33; 68; 80]. Отже, сутність інтелектуального капіталу як результату полягає у його здатності до генерування прибутку та забезпечення конкурентних переваг підприємства.

Таким чином, враховуючи різні підходи, під інтелектуальним капіталом будемо розуміти систему інтелектуальних цінностей (знання, досвід, творчі здібності, навички), інформацію, організаційні можливості, інформаційні канали, які в процесі свого відтворення забезпечують конкурентні переваги, що може використовувати організація для ефективного функціонування.

Модель інтелектуального капіталу підприємства наведено на рис. 7.3.

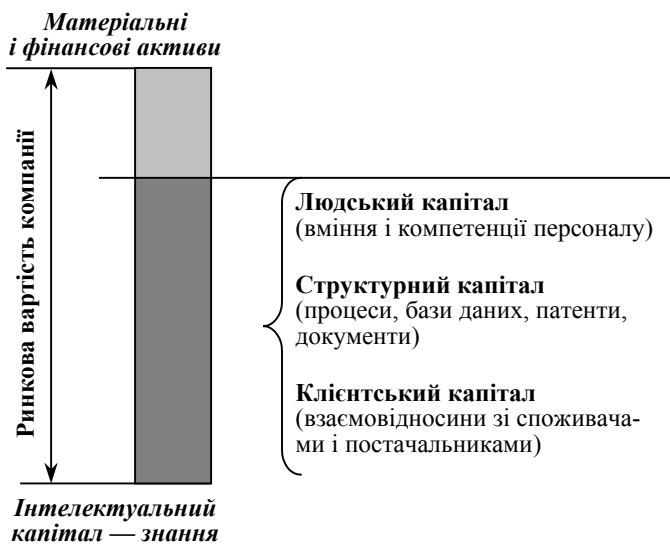


Рис. 7.3. Модель інтелектуального капіталу

Характерними особливостями інтелектуального капіталу підприємства можна назвати такі:

- ✓ він є джерелом одержання доходу, ресурсом тривалого користування та об'єктом для інвестування;
- ✓ може використовуватися для збільшення обсягів виробництва майбутніх благ, зношуватися й застарівати ще до того, як відбудеться його фізичний знос;
- ✓ вимагає витрат з «ремонту» й утримування;
- ✓ може бути оцінений у грошовому еквіваленті;
- ✓ головним носієм інтелектуального капіталу є підібраний і підготовлений персонал підприємства;
- ✓ цінність інтелектуального капіталу повинна розглядатися у взаємозв'язку з реально очікуваними результатами діяльності підприємства;
- ✓ інтелектуальний капітал в умовах розвитку постіндустріального суспільства є основним видом капіталу, що визначає результативність діяльності підприємств.

Інтелектуальний капітал має свої особливості, які суттєво впливають на його використання на підприємстві, можливості оцінювання та управління. Інтелектуальний капітал багато в чому схожий з фізичним. Вони обидва виникають як результат

вкладання ресурсів (грошей, матеріальних ресурсів, знань, кваліфікації) для виробництва товарів і послуг, а також приносять своєму власникові дохід. І фізичний, й інтелектуальний капітал морально зношуються, причому інтелектуальний навіть швидше (що пов'язано із знеціненням знань), тому обидва потребують витрат на своє підтримання. В той же час між ними спостерігається й ряд відмінностей (табл. 7.1).

Таблиця 7.1

**ВІДМІННОСТІ ФІЗИЧНОГО
ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ [50]**

Фізичний капітал	Інтелектуальний капітал
Матеріальна природа	Нематеріальна природа
Результат минулих дій	Оцінка дій у майбутньому
Оцінювання за затратами	Оцінювання за вартістю
Переважно фінансове оцінювання	Комбінація фінансових і нефінансових оцінок
Періодичне оцінювання	Безперервне оцінювання
Організація володіє всім капіталом	Організація володіє лише частиною капіталу

Крім того, особливості інтелектуального капіталу проявляються й в інших аспектах:

- ✓ вартість інтелектуального капіталу практично неможливо визначити витратним методом, бо різниця між балансовою вартістю та його ринковою ціною може бути надзвичайно великою;
 - ✓ інтелектуальний продукт має більше шансів виходу на ринок і менше бар'єрів порівняно з іншими товарами;
 - ✓ інтелектуальний капітал у процесі його споживання і використання зростає;
 - ✓ зменшення ринкової вартості об'єктів інтелектуального капіталу найчастіше пов'язане з «тиражуванням» знання, тобто його поширенням за межі підприємства;
 - ✓ у процесі виробництва товарів або послуг інтелектуальний капітал трансформується з нематеріального стану в матеріальний продукт у вигляді інноваційного товару або послуги [64].
- Врахування цих та інших особливостей інтелектуального капіталу дає змогу глибше зрозуміти його сутність і забезпечити ефективне використання.

Девід Скірма [27] пропонує такі *послідовність* кроків *процедури оцінювання*:

- ◆ провести «дні знань» у компанії — необхідно ознайомити якомога більше співробітників з природою інтелектуального капіталу та роллю управління знаннями для роботи компанії;
- ◆ виробити *спільну мову* для тлумачення понять, що відносяться до сфери інтелектуального капіталу;
- ◆ визначити найбільш підходящі для компанії *ключові показники* інтелектуального капіталу;
- ◆ розробити на їх основі відповідну *модель вимірювання*;
- ◆ ввести в компанії *систему вимірювання*, що включає участь менеджерів, управління їх роботою і винагороду за цю роботу;
- ◆ залучити *об'єктивних консультантів* і спостерігачів для виконання ключових операцій процесу вимірювання;
- ◆ забезпечити *активну участь у процесі та ефективні комунікації* для всіх, чий результат вимірюється. Це велика підготовча робота, що включає аудит знань компанії, а також необхідність глибшого розуміння того, як знання створюються, використовуються і як ними обмінюються.

Своєрідний план («*дорожні карти*») для організацій, які прагнуть виміряти свій прогрес у сфері інтелектуального капіталу, розробив «Американський центр продуктивності і якості» (*American Productivity and Quality Center — APQC*), який відображено в документі «*Road Map to Knowledge Management Results: Stages of Implementation (2001)*».

Мета APQC полягала в тому, щоб на основі дослідження діяльності більш ніж 200 фірм забезпечити організації деякими орієнтирами для правильного старту в цій сфері і показати, як вмонтувати управління знаннями у щоденну практику роботи компанії. Ця «дорожня карта» описує п'ять основних стадій, кожна з яких передбачає свою діагностичну систему вимірювань:

Перша стадія — найважливіший етап, на якому основна увага приділяється аналізу процесів і ризиків.

Друга — *розроблення відповідної стратегії* — це поворотний момент від локальних зусиль до експерименту з метою встановити, як буде «працювати» управління знаннями для всієї організації. Вибір вимірників орієнтований на встановлення того, як люди ставляться до цієї ініціативи (схвально або не дуже, ступінь їх активності та зацікавленості тощо).

Третя стадія — *розроблення і «запуск» ініціативи з управління знаннями* — початок фактичного впровадження управління знаннями на підприємстві: пілотний експеримент; аналіз уроків у

перебігу пілотного проекту; участь фасилітаторів у поширенні ініціатив з управління знаннями на всю компанію. На цьому етапі необхідні більш певні вимірники, наприклад, які відображають зміни у витратах, пов'язаних з бізнесом (зменшення вартості ресурсів), зміни в організаційній культурі (збільшення обміну знаннями між проектними групами, інтенсивність використання корпоративних баз знань тощо).

Четверта — визначення передумов поширення і підтримки перших результатів — управління знаннями отримує статус офіційного проекту на підприємстві. Проводиться підбір методик вимірювання результатів, включаючи методику ROI та внутрішнє оцінювання. Для проведення вимірювань деякі компанії на цій стадії залучають зовнішні організації.

П'ята — популяризація процесу управління знаннями в компанії, пов'язана зі зміною організаційної структури (управління знаннями вбудовується в бізнес-модель підприємства) і корпоративної культури (обмін, використання та поширення знань стають у компанії щоденною практикою); розроблення методик, що відображають вигоди підприємства (поширення кращої практики, оцінювання ефективності тощо).

Аналітики APQC зазначають, що вибір тієї чи іншої методики вимірювання залежить від того, на якій стадії проекту з управління знаннями перебуває компанія. Незважаючи на те, що не всі компанії доходять до заключної стадії (нерідко робота зупиняється на стадії пілотного проекту), ті підприємства, які доводять таку роботу до кінця, переконуються, що обмін знаннями скорочує виробничі цикли, покращує якість послуг, стимулює зростання інновацій, скорочує витрати. Як відзначають експерти Світового банку, позичаючи самому собі, не розбагатієш. Лише обмін знаннями відкриває доступ до розвитку.

Заслужують на увагу і *європейські стандарти вимірювання інтелектуального капіталу*. Більш повну і систематизовану класифікацію декількох десятків методик можна знайти у версії європейського стандарту «*European Guide to Good Practice in Knowledge Management — Part 4: Guidelines for Measuring KM*». У цьому документі детально викладено, для кого на підприємстві, які знання та показники важливі, як спланувати процес вимірювання.

Розрізняються два головні види вимірювань:

◆ перший — вимірювання результатів (прямі вимірювання). У цьому зацікавлена більшість людей, що працюють у сфері бізнесу. Ці виміри орієнтовані передусім на маркетинг і продаж, але також можуть стосуватися й інших видів діяльності, наприклад

комунікацій (ефективне передання знань по ланцюжку «виробник — продавець — клієнт»), що також дає в результаті зростання продажу або поширення кращої практики, що дозволяє заощадити час, ресурси тощо;

◆ другий — вимірювання активності (непрямі вимірювання). Вони бувають *кількісні* (кількість запитань, що задаються експертній системі, кількість документів у репозиторії, кількість відвідувань курсів підвищення кваліфікації тощо) і *якісні* (задоволеність користувачів тренінгами та семінарами, рівень визнання ініціатив з управління знаннями, періодичний аудит знань тощо).

Ініціативи з управління знаннями автори документа пов'язують з управлінням змінами та управлінням ризиками. Автори пропонують також орієнтовний перелік показників для вимірювання успішності проекту, в тому числі:

- час створення нового знання;
- внески фахівців у базу знань компанії;
- поширення і використання кращої практики;
- чисельність експертів, що працюють з компанією;
- кількість повторних скарг;
- відношення кількості впроваджених нових ідей до запропонованих нових ідей;
- відсоток збільшення продажу на основі нового знання.

У документі наводиться також методика діагностики стану компанії у сфері роботи з інтелектуальним капіталом (*Knowledge Quick Scan*). Вона включає два основні розділи: загальні питання і процеси управління знаннями (ідентифікація, створення, збереження знань, обмін знаннями, використання знань).

Один з найцікавіших розділів Керівництва — випадки з практики (*case stories*), які зібрані в окремому документі, присвяченому середньому та малому бізнесу (Part 3: SME Implementation).

Картина з вимірюванням інтелектуального капіталу складається строката, і варіанти продовжують множитися. Очевидно, що кожна організація намагається розробити свою методику оцінювання інтелектуального капіталу.

Ряд експертів при розробленні відповідної методики вимірювання інтелектуального капіталу радять дотримуватися таких *правил*:

✓ якщо на підприємстві вже прийнята якась система вимірювання показників роботи, слід *оцінити* її на основі визначення типів інформації, що відстежуються й контролюються в цей момент;

✓ *встановити*, як менеджери використовують поточну інформацію в процесах прийняття рішень;

- ✓ скласти попередній список показників для моніторингу за інтелектуальними активами підприємства;
- ✓ вибирати невелику кількість показників (основний принцип — «вимірювати по мінімуму»);
- ✓ провести опитування менеджерів щодо цих показників і протестувати їх, ґрунтуючись на простоті збору інформації та ролі того чи іншого показника в процесі прийняття рішень;
- ✓ метрика має бути легкою у використанні та інтуїтивно пов'язаною з діяльністю компанії;
- ✓ результати вимірювань повинні допускати легкість в інтерпретації і бути зрозумілі кожному;
- ✓ за підсумками експерименту розробити у співпраці з ключовими зацікавленими групами користувачів модель процесу звітності.

Найвдалішою, на наш погляд, є процедура оцінювання інтелектуального капіталу компанією KPMG. Основою методу «The Value Explorer» є концепція ключових компетенцій, яка використовується для ідентифікації стратегічно важливих компетенцій компанії. Алгоритм оцінювання такий:

- ідентифікувати компоненти, склавши ключові компетенції організації;
- провести оцінювання вартості, використавши перелік запитань, який дозволить оцінити додану вартість, конкурентоспроможність, потенціал, стійкість і надійність виділених ключових компетенцій;
- провести фінансове оцінювання інтелектуального капіталу, розподіливши частки очікуваного нормативного прибутку організації за ключовими компетенціями;
- розробити план заходів для менеджерів і рекомендації щодо покращення управління інтелектуальним капіталом на основі виконаної роботи;
- розробити шаблон звіту про стан інтелектуального капіталу для менеджерів.

За цим методом оцінювання інтелектуального капіталу здійснюється інтегровано, зокрема, розглядаються ресурси як наявних, так і потенційних ключових компетенцій.

Основний недолік вказаного методу — недостатньо визначена діагностична частина. Виділення ключових компетенцій є творчим процесом, якому притаманний суб'єктивний перехід від якісних оцінок до кількісних. Певні дискусійні моменти є і в діагностиці структури інтелектуального капіталу. Розглянемо детальніше специфіку її оцінювання в наступному параграфі.



7.2. Вимірювання та оцінювання вартості інтелектуального капіталу

Хоча інтелектуальний капітал у сучасних умовах є визначальним чинником створення та зростання вартості, в спеціальній літературі [67; 113; 114] досі немає єдиного підходу до його класифікації та оцінювання. Найпростішим способом оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, наведеним у попередньому пункті, є оцінювання за кожною із складових і виведення на їх основі комплексної оцінки. Але такий, на перший погляд, вдалий хід при детальнішому розгляді доводить свою неспроможність.

Р. Каплан і Д. Нортон вважають, що нематеріальні активи не можуть і не мають вимірюватися за допомогою такого показника, як сума витрачених на їх розвиток коштів, або за допомогою незалежних параметрів, що описують їх цінність (на кшталт людських ресурсів чи інформаційних технологій). Тому вони пропонують оцінювати інтелектуальні активи за їх стратегічною готовністю, що конвертується в матеріальну цінність лише тоді, коли внутрішні процеси забезпечують вищий рівень доходу та прибутку [55, с. 229].

Наприклад, шведський науковець К.-Е. Свейбі пропонує оцінювати ІК з позицій зростання та інновацій, ефективності та стабільності діяльності [112]. Аналітичні показники наведено в табл. 7.2.

Аналізуючи модель К.-Е. Свейбі, можна зазначити, що фактор стабільності характеризує загальний стан ІК, фактор ефективності — результативність ІК, а фактор зростання та інновацій — перспективи його розвитку.

Зазначимо, що всі практичні методики у сфері діагностики інтелектуального капіталу підприємства можна поділити на дві великі категорії [26]:

- ◆ *методи вимірювання*: пропонують показники, які могли б дати керівникам повніше уявлення про нематеріальні активи своїх компаній;

- ◆ *методи оцінювання вартості*: їх мета — оцінити нематеріальні активи компанії в грошовому виразі.

Карл-Ерік Свейбі [112] систематизував 42 методики оцінювання ІК, згрупувавши їх за рівнями оцінювання (ІК всієї організації чи складових ІК) та за критерієм якості отримуваних оцінок: якісні, вартісні (рис. 7.4).

Таблиця 7.2

МАТРИЦЯ ОЦІНЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ К.-Е. СВЕЙБІ

Складова	Компетенція співробітників (людський капітал)	Внутрішня структура (організаційний капітал)	Зовнішня структура (споживний капітал)
Зростання та інновації	<ul style="list-style-type: none"> • тривалість роботи за певним фахом (років) • рівень освіти • витрати на навчання і освіти співробітників 	<ul style="list-style-type: none"> • внутрішньофірмовий оборот персоналу • клієнти, які підвищують компетенції компанії • інвестиції в інформаційні технології 	<ul style="list-style-type: none"> • клієнти, які поліпшують структуру • прибуток на одного клієнта • зростання чисельності клієнтів • клієнти, які поліпшують імідж компанії
Ефективність	<ul style="list-style-type: none"> • частка фахівців у загальній чисельності персоналу • додана вартість на одного зайнятого • додана вартість на одного фахівця 	<ul style="list-style-type: none"> • прибуток на одного зайнятого • прибуток на одного фахівця • частка обслуговуючого персоналу • індекс «цінності /ставлення персоналу» 	<ul style="list-style-type: none"> • індекс задоволеності клієнтів • продаж на одного клієнта • індекс «виграш/втрати»
Стабільність	<ul style="list-style-type: none"> • плінність фахівців • середня заробітна плата • середній трудовий стаж 	<ul style="list-style-type: none"> • строк життя організації • плінність обслуговуючого персоналу • частка нових співробітників 	<ul style="list-style-type: none"> • частка великих клієнтів • структура клієнтів за тривалістю партнерських зв'язків • частота повторюваних замовлень

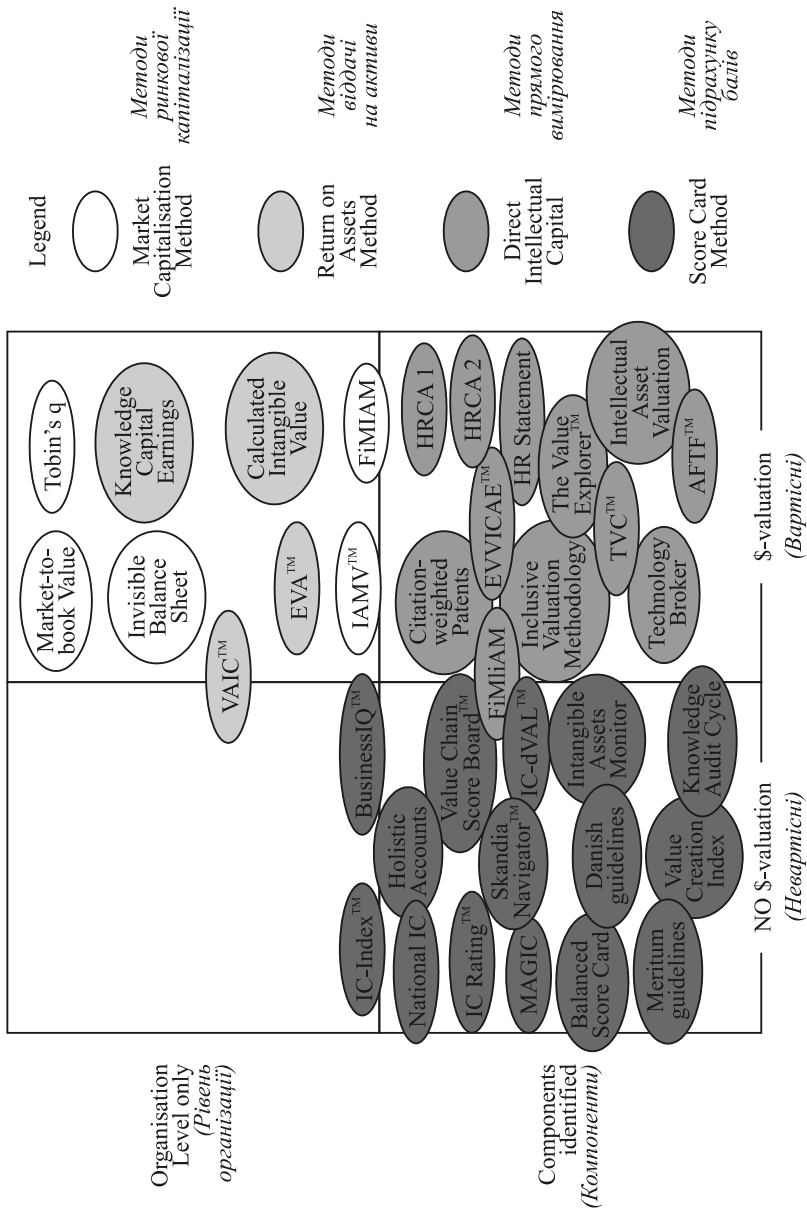


Рис. 7.4. Моделі вимірювання нематеріальних активів за К.-Е. Свейбі [112]

Детальніше розвиток інструментарію для вимірювання інтелектуального капіталу наведено в додатку Д.

Як бачимо, усі моделі оцінювання інтелектуального капіталу можуть бути поділені на чотири групи:

1) *методи прямого вимірювання* інтелектуального капіталу (Direct Intellectual Capital methods — DIC). Сюди відносять всі методи, побудовані на вартісному оцінюванні окремих компонентів інтелектуального капіталу та виведенні інтегрованої оцінки інтелектуального капіталу компанії;

2) *методи ринкової капіталізації* (Market Capitalization Methods — MCM). Інтелектуальний капітал визначають як різницю між ринковою капіталізацією підприємства та його балансовою вартістю;

3) *методи підрахунку балів* (Scorecard Methods — SC). Ідентифікуються різні компоненти інтелектуального капіталу і оцінюються у вигляді підрахунку балів, не передбачають грошової оцінки;

4) *методи віддачі на активи* (Return on Assets methods — ROA). Розраховується відношення середнього доходу компанії до відрахування податків до матеріальних активів компанії і порівнюється з аналогічними показниками по галузі в цілому. Для розрахунку середнього додаткового доходу від інтелектуального капіталу, отриману різницю необхідно помножити на матеріальні активи підприємства. Потім через пряму капіталізацію або дисконтування отриманого грошового потоку можна отримати вартість інтелектуального капіталу підприємства [112].

Перераховані вище групи методів мають різні сфери застосування. Так, наприклад, грошові оцінки, а саме MCM та ROA, варто застосовувати для визначення вартості компанії при злитті та поглинанні. За допомогою DIC- та SC-методологій можна побачити реальну картину стану інтелектуальних ресурсів.

Інтелектуальний капітал має ряд особливостей, що зумовлює специфіку використання таких традиційних методів оцінювання вартості активів, як затратний, дохідний і порівняльний. У зв'язку з відсутністю достатньо ліквідних ринків елементів інтелектуального капіталу застосування порівняльного підходу до оцінювання вартості обмежене.

Витратний підхід базується на обліку інвестицій в інтелектуальний капітал. При цьому слід враховувати, що в традиційному бухгалтерському обліку значна частина інвестицій в інтелектуальний капітал трактується як поточні витрати, наприклад, витрати на навчання та підготовку кадрів чи на проведення досліджень.

Необхідність кількісного визначення норми прибутку на інвестиції в інтелектуальний капітал та оцінювання його вартості вимагає, з одного боку, відслідковувати затрати в елементи інтелектуального капіталу, а з другого — ті вигоди, які отримала організація від таких інвестицій. Така дихотомія завдань призводить до змішування затратного та дохідного підходів у багатьох методиках оцінювання вартості, що ускладнює їх практичне застосування.

І все ж обговорення різних підходів до вимірювання інтелектуального капіталу доцільне, адже допомагає зрозуміти, як насправді працює компанія та її співробітники, які показники важливі саме для цієї компанії. Але передусім керівники повинні «запустити» процес управління знаннями на підприємстві, сформувавши попередні гіпотези про те, як застосування цього типу менеджменту допоможе компанії поліпшити її ефективність і забезпечити інноваційний розвиток.

Крім того, ці методи дозволяють оцінювати інтелектуальний капітал у цілому, але при управлінні інтелектуальним капіталом підприємства виникає необхідність оцінювання його окремих складових — людського, організаційного та споживчого капіталу.

Значна частина ранніх уявлень про методи вимірювання інтелектуального капіталу з'явилася в кінці 80-х років минулого століття. Їх сфера визначається використовуваними в них показниками. Багато з цих показників аналогічні тим, що застосовуються для вимірювання обсягу виробництва та якості продукції. Як наслідок — велика частина цих методик скоріше надає інструменти управління, ніж інформацію для інвесторів. Найбільшою мірою обидві ці начебто різні цілі поєднують модель «Skandia Navigator» і монітор нематеріальних активів компанії «Celemi».

Запропонована *Юбером Сент-Онжем*, віце-президентом відділу організації навчання та підвищення кваліфікації керівників банку «Canadian Imperial Bank of Commerce», модель інтелектуального капіталу включала три елементи:

- ✓ людський капітал;
- ✓ споживчий капітал;
- ✓ структурний капітал.

Новаторська розробка Сент-Онжа (залежність ефективності організації від неформалізованих знань компанії, які забезпечують злагодженість та організованість у роботі) згодом була використана Лейфом Едвінссоном при розробленні системи «Skandia Navigator».

Розроблена Патріком Салліваном *модель ICM*, як і в Ю. Сент-Онжа, виходить з того, що при дослідженні інтелектуального ка-

піталу компанії найважливішу роль відіграє аналіз її людського капіталу (її ноу-хау, включаючи колективний досвід, і навички, які здебільшого не є її власністю) та структурного капіталу. Значення цієї моделі полягає в тому, що вона безумовно проливає світло на зв'язки всередині компанії і показує різні аспекти її діяльності, які в сукупності утворюють інтелектуальний капітал.

Міжнародна фінансова і страхова група «Scandia» вивчає проблеми інтелектуального капіталу вже багато років. У 1991 р. її директором з інтелектуального капіталу був призначений Лейф Едвінссон, який за ці роки провів велику практичну роботу зі створення методики оцінювання інтелектуального капіталу в організації, розвиваючи новаторські ідеї Юбера Сент-Онжа та Патріка Саллівана. У 1994 р. *Scandia* опублікувала перший звіт про інтелектуальний капітал у вигляді доповнення до свого річного звіту, і в цьому була певна логіка, тому що, на думку багатьох інвесторів, примітки до балансу компанії набагато важливіші, ніж дані самого балансу. Ці примітки можуть стати джерелом інформації про те, що має значення для самої компанії, а не тільки для підготовки її фінансової звітності. Інформація з приміток може стосуватися багатьох питань: придбання важливого патенту, звільнення з компанії одного з її основних керівників або отримання ліцензії на який-небудь вид діяльності.

Едвінссон стверджує, що капітал компанії складається з двох компонентів: фінансового капіталу і інтелектуального капіталу. Фінансовий капітал адекватно відображається в річному звіті, який слугує також його документальним підтвердженням; інтелектуальний капітал, навпаки, нерідко утворений «прихованими цінностями», і тому його так важко підрахувати.

Для *Scandia* інтелектуальний капітал складається з людського капіталу (розумових здібностей, навичок, творчого ставлення до справи, цілеспрямованості та ентузіазму працівників компанії) і структурного капіталу (до якого відноситься все, що залишається в компанії, коли її службовці йдуть додому). Структурний капітал далі можна підрозділити на капітал споживчий (який нематеріальний, але все одно має велике значення для компанії) і капітал організаційний — структуру компанії, знання, що застосовуються в процесі управління, системи внутрішньої звітності і т. д. Організаційний капітал можна, у свою чергу, підрозділити на капітал інноваційний і капітал процесний.

У заснованій на цих ідеях моделі «*Skandia Navigator*» акцент робиться на п'ять аспектів діяльності компанії, оцінювання яких наведено в табл. 7.3.

Таблиця 7.3

**ПОКАЗНИКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО
КАПІТАЛУ КОМПАНІЇ «SCANDIA» [108]**

Аспект замовника	Частка ринку
	Кількість втрачених клієнтів
	Готівкові фонди в розрахунку на одного клієнта
	Індекс задоволеності клієнта
	Кількість контрактів
	Чисельність керівників по роботі з фондами
Аспект співробітників	Плинність кадрів
	Середній строк роботи
	Стать
	Вік
	Освіта
	Чисельність жінок серед управлінського персоналу
	Зміни в компанії у сфері ІТ-грамотності
Аспект оновлення та розвитку	Витрати на підвищення компетентності співробітників у розрахунку на одного співробітника
	Витрати на рекламу у відсотках до керованих активів
	Витрати на рекламу в розрахунку на одного клієнта
	Витрати на ІТ
	Витрати на навчання в розрахунку на одного співробітника
	Виграш від нових починань
	Приріст виграшу
Аспект процесних поліпшень	Відсоток заявок, оброблених без помилок
	Кількість ПК у розрахунку на одного співробітника
	Кількість портативних комп'ютерів у розрахунку на одного співробітника
	Адміністративні витрати в розрахунку на одного співробітника
	Витрати на ІТ у розрахунку на одного співробітника
	Кількість контрактів з розрахунку на одного співробітника

Розроблена Едвінссоном модель «Skandia Navigator» пропонує оцінювати інтелектуальний капітал компанії з позицій «створення вартості». Компанії сьогодні повинні розуміти, що метою їх діяльності є аж ніяк не вироблення знань, а створення вартості. Тому її слід розглядати скоріше як важливий інструмент управління, ніж як метод визначення вартості нематеріальних активів компанії.

Індекс ІС^{ТМ} був розроблений лондонською компанією «Intellectual Capital Services». Він припускає, що компанії визначають сукупність показників за своїми ключовими операціями, з тим щоб на основі значень кожного індексу можна було відстежувати зміни і приймати стратегічні рішення [111]. Йохан і Горан Роос розвинули цю ідею далі і створили те, що вони назвали «другим поколінням» правил застосування ІС, у яких різні показники об'єднані в єдиний індекс інтелектуального капіталу — ІС^{ТМ}. На думку Йохана Рооса, будь-який показник ІС має бути прямо пов'язаним з операціями компанії і надавати керівникам дані, необхідні для стратегічного планування та збільшення прибутковості. У зв'язку з цим украй важливо, вважає Й. Роос, щоб будь-який показник інтелектуального капіталу відбивав рух. До цих пір, стверджує він, методи, розроблені для визначення вартості інтелектуального капіталу в компанії, були статичні і дозволяли отримати тільки зроблені в ту чи іншу мить моментальні «знімки». «Показники руху, — пише він, — передають набагато більше інформації, ніж тільки одні дані про акції».

Й. Роос наводить приклад сукупності показників за чотирма напрямками аналізу інтелектуального капіталу, які були застосовані одним банком (табл. 7.4).

Таблиця 7.4

ПОКАЗНИКИ ІНДЕКСУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ІС^{ТМ} [111]

Напрямок аналізу	Показники
Індекс капіталу взаємин	зростання чисельності партнерів
	зростання довіри
	збереження клієнтури
	ефективність і якість роботи каналів збуту
Індекс людського капіталу	реалізація ключових факторів успіху
	створення вартості в розрахунку на одного менеджера
	ефективність і результативність навчання

Закінчення табл. 7.4

Напряму аналізу	Показники
Індекс інфраструктурного капіталу	ефективність
	результативність
	використання ключових факторів успіху
	ефективність збуту
Індекс інноваційного капіталу	здатність створювати нове підприємство
	здатність створювати нову продукцію
	зростання частки інноваційного капіталу
	здатність до виробництва нових продуктивних лінійок

Використовуючи всі показники по кожному напрямку аналізу, можна обчислити індекс ІС для конкретного напрямку, а об'єднавши всі чотири індекси, — індекс за всіма операціями. Індекс ІСTM — цінний інструмент стратегічного планування, що дозволяє керівникам краще уявити собі, які наслідки може мати те чи інше їхнє рішення. Як висловився Й. Роос, «головна заслуга індексу ІС полягає в тому, що він робить невизначені і суб'єктивні відчуття того, що відбувається в компанії, виразнішими і тим самим змушує керівництво обговорювати проблеми та відшукувати їх розв'язки».

Мета створення *збалансованої системи показників* — дозволити керівникам поглянути на свою компанію з чотирьох важливих поглядів:

- ◆ з погляду клієнта: якими нас бачать клієнти?
- ◆ з позиції внутрішніх бізнес-процесів: що нам слід поліпшити?
- ◆ з позиції навчання та розвитку: чи зможемо ми й надалі підвищувати цінність компанії і створювати вартість?
- ◆ з фінансового погляду: як ми виглядаємо в очах наших акціонерів?

Орієнтовну низку показників для оцінювання інтелектуального капіталу на основі карти збалансованих показників наведено в табл. 7.5.

Застосовуючи збалансовану систему показників, керівники можуть бачити картину в цілому, замість того, щоб зосереджуватися на покращанні тільки в одній конкретній сфері. Позитивна роль збалансованої системи показників полягає в тому, що, про-

понуючи керівникам зосередитися на головних стратегічних питаннях, вона дозволяє скоротити загальну кількість показників діяльності, які потрібно використовувати в компанії. Як пишуть Каплан і Нортон, «збалансована система показників ставить на перше місце не контроль, а стратегію і бачення. Вона встановлює цілі, але припускає, що персонал може зробити для їх досягнення будь-які дії і обрати при цьому будь-яку манеру поведінки».

Монітор нематеріальних активів, розроблений у середині 1980-х років К.-Е. Свейбі, має чимало спільного зі збалансованою системою показників, яка з'явилася дещо пізніше. Він визначає три основні напрями аналізу нематеріальних активів компанії: зовнішню структуру, внутрішню структуру, а також компетентність людей.

Таблиця 7.5

КАРТА ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ НОРТОНА І КАПЛАНА [61]

Аспекти аналізу	Показники
Проекція маркетингу	ключові сегменти ринку з просування та реалізації своїх продуктів
	основні драйвери ефективності і показники їх оцінювання
	показники, що визначають ціннісні пропозиції з боку компанії
	лояльність клієнтів
Проекція внутрішніх бізнес — процесів	ключові бізнес-процеси, що здійснюють основний внесок в досягнення намічених фінансових результатів і задоволення покупців
	процеси, що підлягають вдосконаленню та розвитку з метою зміцнення конкурентних переваг
	драйвери, які характеризують внутрішні бізнес-процеси і показники ефективності
Проекція навчання та зростання	інфраструктура для розвитку компанії в довгостроковому періоді
	основні драйвери ефективності, наприклад, задоволення співробітників, утримання персоналу, його вміння і кваліфікація
	можливість миттєво отримувати інформацію, необхідну для прийняття управлінських рішень, генерування ініціатив
	ефективність роботи інформаційної системи

Аспекти аналізу	Показники
Проекція фінансів (ключова складова системи)	Критерії оцінювання поточної діяльності підприємства
	основні драйвери ефективності в рамках цієї проекції
	приклади цілей проекції: <ul style="list-style-type: none"> ● збільшення EVA всієї компанії та окремих видів бізнесу, ● збільшення рентабельності продукції, ● збільшення рентабельності власного капіталу, ● збільшення чистого грошового потоку, ● збільшення чистого прибутку тощо

К.-Е. Свейбі переконаний, що прибуток компанії створюють лише працівники. Користь, яку приносять їхні дії, — будь то продукція, послуги, патенти, авторські права і т. п., — свідчить про успішну роботу компанії, але джерелом усього цього є люди, вони і повинні вважатися генераторами всього прибутку в компанії. Згідно з концепцією Свейбі «дії людей перетворюються як у матеріальні, так і в нематеріальні структури знань, які мають зовнішню (зовнішні структури) або внутрішню (внутрішні структури) спрямованість». І далі він робить висновок, що ці структури є активами, оскільки вони впливають на надходження доходів.

«Celemi», міжнародна компанія зі штаб-квартирою у Швеції і відділеннями по всій Європі та Сполучених Штатах, спеціалізується в галузі знань, створюючи навчальні продукти. Використовуючи результати досліджень К.-Е. Свейбі, вона розробила бізнес-модель під назвою *TangoTM*, яка призначається для використання компаніями, що діють на тому ж ринку. Застосовуючи цю модель, *Celemi* двічі проводила у своїх відділеннях аудит нематеріальних активів; його результати були опубліковані разом з її фінансовими звітами.

Монітор нематеріальних активів *Celemi* визначає три напрями аналізу нематеріальних активів:

➤ *наші клієнти* (напряма, що стосується зовнішніх структур взаємин з клієнтами і постачальниками, торговельних марок, контрактів і репутації або іміджу);

➤ *наша організація* (внутрішня корпоративна структура, що складається з патентів, принципів, договорів на поставку, моделей і комп'ютерних і адміністративних систем);

➤ *наші люди* (загальна компетентність персоналу *Celemi*, наприклад, їх здатність діяти за найрізноманітніших обставин).

По кожному з трьох напрямів *Celemi* визначила ряд основних проблем, які, на переконання її фахівців, мають найбільший вплив на зміст підсумкового рядка «баланс нематеріальних активів». Наприклад, аналізуючи клієнтів, *Celemi* не обмежується тільки вивченням сум, що надходять від них. Визначено три категорії клієнтів, по одній для кожної з трьох структур — зовнішньої, внутрішньої та компетентності, у розрізі яких фахівці *Celemi* і проводять свій аналіз. Чисельність клієнтів, які опинилися в кожній групі, дозволяє судити про «нематеріальну цінність» клієнтів у рамках цього портфеля замовлень. Основні категорії клієнтів такі:

◆ *клієнти, що поліпшують імідж*, — клієнти, які користуються в галузі хорошою репутацією і можуть кому-небудь порекомендувати компанію, необхідні для залучення інших таких самих споживачів. Подібні споживачі покращують зовнішню структуру *Celemi*;

◆ *клієнти, що поліпшують організацію*, — клієнти, які вимагають пошуку нових для *Celemi* рішень і тим самим змушують компанію удосконалювати колишні методи роботи або впроваджувати нові. Ця група споживачів покращує внутрішню структуру *Celemi*;

◆ *клієнти, що підвищують компетентність*, — клієнти, надання яким необхідних послуг або товарів вимагає від службовців *Celemi* набуття нових навичок. Ця група споживачів допомагає підвищувати компетентність службовців.

Кілька додаткових показників покликані дати повне уявлення, наприклад, про стабільність клієнтської бази. Так, повторні замовлення відображають не тільки те, що клієнт задоволений послугами або продукцією фірми, а й ступінь його лояльності. Клієнти, які купують певну продукцію довгий час, — це цінні активи, оскільки первісна вартість таких активів невисока. Стимулювання зростання продажу вже існуючим клієнтам — один з найекономічніших способів підвищення доходів компанії.

Показники, введені для відображення внутрішньої структури організації, включають дані про стаж роботи і так званий «відсоток новачків» — частка працівників, які працюють в компанії менше року. Високий відсоток новачків означає, що в компанії велика плинність кадрів; зазвичай він поєднується із значними витратами на підбір персоналу.

У 2005 р. була опублікована праця, в якій наведено результати досліджень щодо вимірників інтелектуального капіталу 25 компаній з Австрії, Данії, Німеччини, Індії, Італії, Іспанії, Швеції та Великої Британії [110]. У цілому для відображення карти інтелек-

туального капіталу компанії встановлено 33 категорії і 192 показники. Ці показники поділені на чотири основні групи: людський капітал (11 категорій, 81 показник), капітал відносин (9 категорій, 47 показників), структурний капітал (12 категорій, 61 показник) і навколишнє середовище (1 категорія, 3 показники). Наприклад, категорія профіль клієнта (з групи капітал відносин) включає такі показники:

- публічні клієнти;
- напівпублічні клієнти;
- приватні клієнти;
- закордонні клієнти;
- кількість контрактів;
- обсяг продажу;
- чисельність клієнтів, що звернулися до компанії вперше;
- нові стейкхолдери;
- враження клієнтів від компанії;
- індекс лояльності клієнтів;
- співвідношення національного і міжнародного ринків;
- співвідношення ринку для найближчих конкурентів (національних і міжнародних);
- кількість пропозицій від клієнтів;
- кількість офісів компанії, які вимірюють ступінь задоволеності клієнтів;
- індекс задоволеності клієнтів.

Ці показники зіставляються по роках (попередній і поточний) і за цілями (короткострокові і довгострокові).

Повний огляд моделей вимірювання та оцінювання вартості інтелектуального капіталу підприємства наведено в додатку Д.

Визначення вартості частини інтелектуально капіталу, яку складають об'єкти інтелектуальної власності, можна здійснювати кількома способами. Наприклад, Служба внутрішніх доходів Казначейства США схвалила три методи оцінювання вартості об'єктів інтелектуальної власності:

◆ на основі відновної вартості, коли мова йде про оцінювання звичайних і поширених нематеріальних активів;

◆ на основі платежів, внесених за користування інтелектуальною власністю в аналогічних ситуаціях. Цей метод застосовується, якщо неможливо точно підрахувати відновну вартість;

◆ на основі доходу від ліцензування, який розраховується проти доходу від аналогічних видів діяльності. Цей метод також застосовується тоді, коли відновну вартість точно підрахувати неможливо.

В господарській практиці експертами з оцінювання застосовуються й інші методи оцінювання нематеріальних активів. Оцінити ж іншу частину вартості інтелектуальних активів, що по суті представляють знання організації чи співробітників, які в ній працюють, набагато складніше. Як сказав одного разу Френк Каррубба — старший віце-президент *Royal Philips Electronics*, — «біда *Philips* полягає в тому, що *Philips* не знає, що саме знає *Philips*». При цьому він мав на увазі, що люди зберігають у себе в голові масу знань, які так ніколи і не використовуються. І все ж, в остаточному підсумку, саме знання службовців і надають компанії її цінність: «*Philips* робить продукцію, але *Philips* роблять люди».

За викладеною вище логікою оцінювання знань компанії опосередковується оцінюванням знань персоналу. Остання обставина стимулювала інтерес економістів до розроблення нових методів обліку людських ресурсів.

У цей час **методи обліку людських ресурсів** підходять до проблеми з двох різних поглядів: з одного боку, з погляду витрат, пов'язаних з використанням найманого персоналу (витрат на зарплату, навчання, оренду офісних або виробничих площ і т. д.), а з другого — з позиції доходу, який цей персонал генерує.

Д. Бульт після аналізу нині існуючих методів оцінювання людських ресурсів дійшов висновку, що у всіх них каменем спотикання є визначення того, чим конкретно є ці витрати або доходи. «Практично неможливо, — пише Бульт, — розрахувати економічну цінність праці, розглянуту ізольовано. Багато аспектів виробничого процесу так взаємопов'язані, що віднести витрати або доходи на який-небудь один об'єкт практично неможливо».

Один із запропонованих методів вартісного оцінювання людського фактора передбачає віднесення на працю величини надприбутку. Під надприбутком розуміють різницю між прибутком, отриманим тією чи іншою компанією, і прибутком, який у середньому отримали в тому ж секторі інші компанії.

Приклад 7.1

Припустимо, що середній прибуток для конкретного сектора складає 10 % інвестованого капіталу. Це означає, що на кожні 100 тис. дол. інвестованого капіталу прибуток компанії повинен бути 10 тис. дол. Якщо реально її прибуток склав 18 тис. дол., то надприбуток дорівнює 8 тис. дол.

Таким чином, рентабельність інвестованого капіталу за запланованим прибутком повинна становити 10 % $\left(R_{\text{п}} = \frac{10 \cdot 100 \%}{100} \right)$, а фактично склала 18 % $\left(R_{\text{ф}} = \frac{18 \cdot 100 \%}{100} \right)$. Отже, 8 % приросту рентабельності було забезпечено вкладом інтелектуального капіталу: $R_{\text{і,к}} = \frac{(18 - 10) \cdot 100 \%}{100} = 8 \%$.

Подібний метод розрахунку може, звісно, видатися елегантним, але він свідомо ігнорує будь-які інші чинники, які могли б сприяти утворенню надприбутку, і тому широко його застосовувати, на думку Булта, не слід.

Аналогічні заперечення викликає й інший метод — «обліку людських активів», відповідно до якого як показник вартості праці використовується ділова репутація компанії. Цей метод був запропонований Інститутом управління персоналом та Інститутом бухгалтерів з обліку витрат і управлінського обліку в публікації під назвою «Human Assets Accounting» («Облік людських активів»). Він припускає, що «вартість ділової репутації» — це різниця між потенційною вартістю компанії (тобто теперішньою вартістю її майбутнього прибутку) і її істинною вартістю.

На думку фахівців двох інститутів, ділова репутація — це максимальна вартість, яка може бути віднесена на вартість праці; фактична ж вартість розраховується за допомогою врахування деяких інших факторів (таких як доходи від патентів і довгострокових контрактів, лояльність споживача і т. д.); отримана при цьому величина ділиться на загальну суму заробітної плати службовців. Результат цього розподілу називається «валовим» мультиплікатором і може використовуватися як показник прибутковості інвестицій. Якщо інвестуються прирощення знань менеджерів, то вартість праці зростає на суму цих інвестицій, помножену на «валовий» мультиплікатор. «Валовий» мультиплікатор можна також розрахувати для невеликих груп менеджерів. На жаль, весь процес оцінювання досить суб'єктивний.

У числі перших, хто сприйняв ідеї методики обліку людських ресурсів і наважився включити «вартість» персоналу у свої річні звіти, був Голландський інститут стандартів якості (*метод КЕМА*). У свій річний звіт за 1994 р. він включив «Баланс знань», у якому спробував відобразити вартість інтелектуальних активів знань персоналу. При складанні цього балансу, що додавався до

звіту у вигляді окремої таблиці, використовувався метод розрахунку на основі відновної вартості нематеріальних активів. Показники обчислювалися на базі витрат, пов'язаних з набуттям знань і навичок — витрат на навчання, освіту, накопичення досвіду в організації та за її межами — і вартості знань компанії, включаючи зазначену у звітах та інших подібних матеріалах. Застосовуючи метод, *КЕМА* виходили з того, що активи оцінюються за первісною вартістю, а знання як різновид активів щорічно знецінюються на 20 %.

У науковому світі відомий також метод оцінювання «*прибутку від знань*», автором якого є Барух Лев. У статті «*New Math for a New Economy (Нова математика для нової економіки)*» він так описує свій підхід: «Я розробив спосіб оцінювання активів знань, інтелектуального прибутку, а також прибутку від знань. Розрахунок починається з того, що я називаю «нормалізованим прибутком», — показника, який відображає минулі і майбутні доходи ... Мій метод враховує минуле. Але я також враховую розроблені колективними зусиллями прогнози аналітиків. Спираючись на ці прогнози, я створюю середню, яку і називаю «нормалізованої прибутком». З нормалізованого прибутку потім віднімаю середній дохід на матеріальні і фінансові активи, враховуючи, що ці активи взаємозамінні ... і те, що залишається, є прибутком від знань».

Автор застосував запропонований метод для оцінювання кількох компаній. Зокрема, за проведеними розрахунками Microsoft має активи знань на суму 211 млрд дол. США; активи знань *Intel* коштують 170 млрд дол. США, а *Merck & Co* — 110 млрд дол. США.

7.3. Комплексна діагностика інтелектуального капіталу



Як було зазначено раніше, інтелектуальний капітал компанії складається із окремих елементів. До того ж на його формування, структуру і величину впливає численна група різнорідних факторів. Тому інтегрована оцінка інтелектуального капіталу компанії повинна відображати багатогранну діяльність компанії в цілому.

Інтелектуальний капітал підприємства варто розглядати як складну динамічну систему, здатну до збалансованого саморозвитку та таку, що має складну неоднорідну структуру. Поки що не склалося загальноприйнятого уявлення про структуру інте-

лектуального капіталу. Основні підходи до визначення структури інтелектуального капіталу наведено в таблиці 7.6.

Таблиця 7.6

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ [34]

Складові ІК	Характеристика елементів ІК
<ul style="list-style-type: none"> • Внутрішня структура • Зовнішня структура • Компетентність персоналу 	<p>внутрішня структура — це патенти, ноу-хау, авторські права, системи мережної взаємодії, комп'ютерні та адміністративні системи, оргструктура, культура організації; компонентами зовнішньої структури є бренди, торгові марки, імідж установи, стосунки із споживачами, клієнтами, конкурентами, громадськими організаціями; до компетентності персоналу відносять здатність діяти в різноманітних ситуаціях, освіту, кваліфікацію, навички, вміння, досвід, загальний рівень культури, ставлення до праці, до партнерів і клієнтів [82]</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Людський капітал • Організаційний капітал • Споживчий капітал 	<p>людський капітал — це сукупність знань, навиків, творчих здібностей, моральних цінностей, культури праці, носієм людського капіталу є його персонал, а отже, він належить персоналу, а не установі; організаційний капітал — це програмне забезпечення, патенти, товарні знаки, організаційна структура, культура організації; споживчий капітал — зв'язки з клієнтами, інформація про клієнтів, історія взаємовідносин з клієнтами, торгова марка [60]</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Інтелектуальні ресурси • Об'єкти інтелектуальної власності 	<p>інтелектуальні ресурси — це техніко-технологічна документація, креслення, комп'ютерні програми, інформація, винаходи, технологічні процеси; об'єкти інтелектуальної власності включають комп'ютерні програми, винаходи, корисні моделі, промислові зразки, торгові марки, об'єкти авторського права [54]</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Капітал установи • Капітал взаємодії з інститутами ринку 	<p>на відміну від людського, капітал установи є ресурсом, що їй належить, і є відносно самостійним об'єктом купівлі-продажу. Цей капітал представлений ліцензіями, патентами, технологіями, в тому числі інноваційно-інформаційними, торговими марками, корпоративною культурою, організаційними структурами, системами зв'язку установи, базами тощо; капітал взаємодії з інститутами ринку — це ресурс відносин установи з клієнтами і партнерами, іншими інститутами ринку та технологій їх розвитку. Включає імідж організації на ринку, торгові марки, бренди, зв'язки з клієнтами, інформацію про клієнтів, технології збереження своїх клієнтів і залучення нових, технології розвитку іміджу та її брендів [59]</p>

З погляду бухгалтерського обліку, інтелектуальний капітал включає нематеріальні активи, відображені на балансі підприємства (інтелектуальна власність), та знання, які не відображені в обліку — знання персоналу, вміння працівників, організаційну культуру тощо. З урахуванням вищезазначеного інтелектуальний капітал можна поділити на *обліковий* (нематеріальні активи, відображені в балансі) та *необліковий* (нематеріальні активи, які не відображені в балансі).

За формою власності інтелектуальний капітал може бути приватним, колективним і державним залежно від суб'єкта, який володіє, користується і розпоряджається результатом інтелектуальної діяльності.

Найчастіше дослідники в структурі інтелектуального капіталу виділяють чотири його складові — інтелектуальний людський капітал, інтелектуальну власність (або інформаційний капітал), інтелектуальний структурний та інтелектуальний споживчий капітал, або відносять об'єкти інтелектуальної власності до структурного капіталу (тоді структура інтелектуального капіталу трикомпонентна).

Модель оцінювання інтелектуального капіталу підприємства з урахуванням його структури має такий вигляд (рис. 7.5).

В разі застосування детальнішої системи структуризації інтелектуального капіталу, наприклад, як на рисунку 7.6, модель його оцінювання матиме складніший характер. Окрім того, структуризація складу інтелектуального капіталу підприємства дає змогу оцінити вплив окремих структурних елементів інтелектуального капіталу на процес його формування [100].

За загальноприйнятою методикою аналізу структури показники структури інтелектуального капіталу $\{gOK, gPK, gLK\}$ відображають частку кожної складової інтелектуального капіталу в його загальній величині. Найчастіше їх розрахунок ґрунтується на відношенні величин організаційного (OK), ринкового (PK), людського (LK) до величини інтелектуального капіталу (IK чи IC). Виходячи із трьохкомпонентної структури інтелектуального капіталу, науковці пропонують застосовувати таку модель його оцінювання:

$$IC = HC \cdot w_{hc} + OC \cdot w_{oc} + SC \cdot w_{sc}, \quad (7.1)$$

де HC — людський капітал; OC — організаційний капітал; SC — споживчий капітал; w_{hc} , w_{oc} , w_{sc} — частки, відповідно, людського, організаційного та споживчого капіталу.



Рис. 7.5. Модель оцінювання інтелектуального капіталу підприємства [53]

Людський капітал містить у собі сукупність набутих знань, практичних навичок і творчих здібностей працівників підприємства, спрямованих на виконання поточних завдань. Він є прихованою формою капіталу, тому що є джерелом майбутніх доходів, а людський — тому що людина є його носієм. Людський капітал визначається за формулою:

$$HC = k_{11}w_{11} + k_{12}w_{12} + \dots + k_{1n}w_{1n}, \quad (7.2)$$

де k_{1i} — i -й показник, що характеризує людський капітал на підприємстві, $i = 1, \dots, n$; w_{1i} — вага i -го показника людського капіталу.

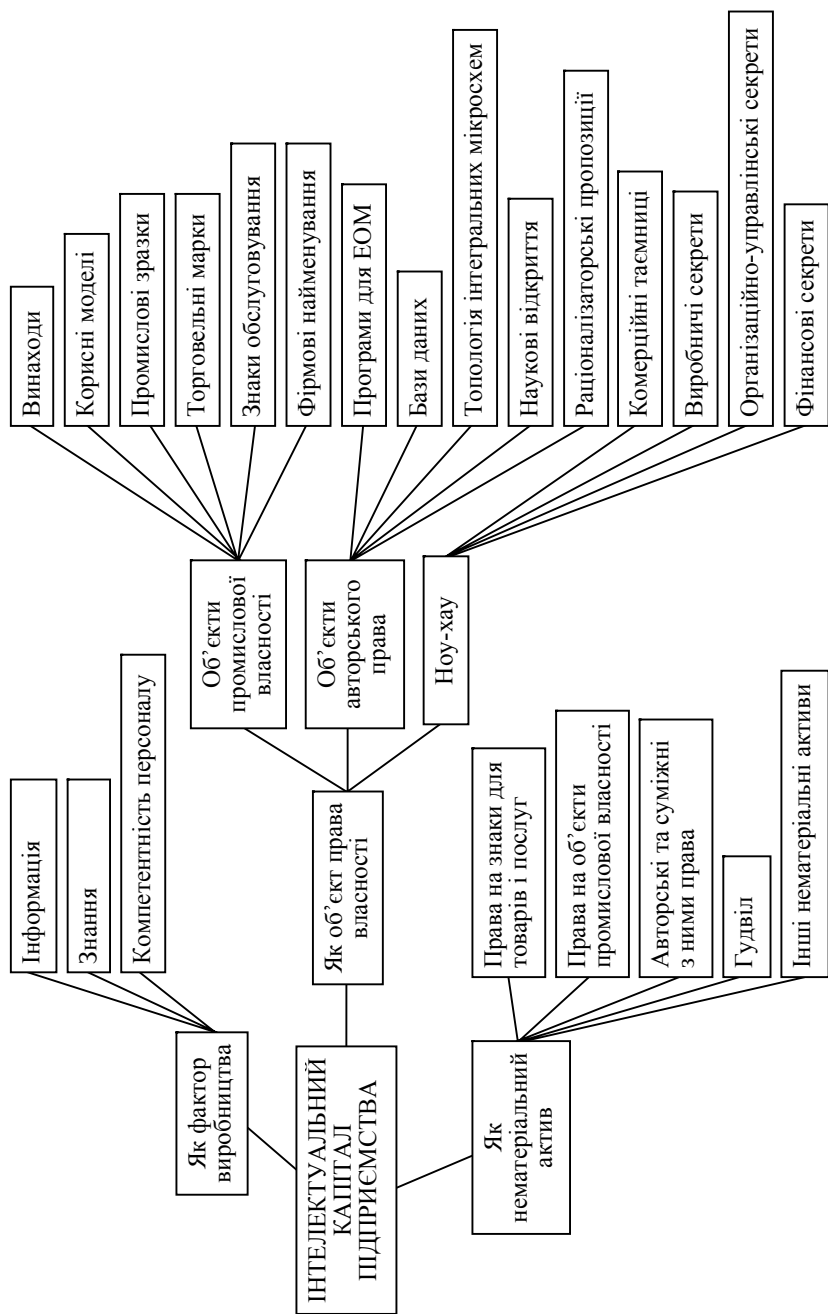


Рис. 7.6. Структурний склад інтелектуального капіталу підприємства

Під *організаційним капіталом* розуміються здібності підприємства відповідати вимогам ринку. До складу організаційного капіталу необхідно включати: організаційну структуру підприємства, об'єкти інтелектуальної власності, інформаційно-аналітичні системи обліку та аналізу, які містять накопичені корпоративні знання, результати досліджень, тобто усе, що дає змогу працівникам підприємства реалізовувати свій виробничий потенціал. Організаційний капітал визначається за формулою:

$$OC = k_{21}w_{21} + k_{22}w_{22} + \dots + k_{2n}w_{2n}, \quad (7.3)$$

де k_{2j} — j -й показник, що характеризує організаційний капітал на підприємстві, $j = 1, \dots, m$; w_{2j} — вага j -го показника організаційного капіталу.

Споживчий капітал — це система довгострокових довірчих і взаємовигідних відносин підприємства зі своїми клієнтами, постачальниками та споживачами. Як зазначив Л. Едвінсон, це впевненість у тому, що клієнти підприємства будуть і надалі віддавати перевагу його продукції. Споживчий капітал можна визначити за формулою:

$$SC = k_{31}w_{31} + k_{32}w_{32} + \dots + k_{3n}w_{3n}, \quad (7.3)$$

де k_{3l} — l -й показник, що характеризує споживчий капітал на підприємстві, $l = 1, \dots, z$; w_{3l} — вага l -го показника споживчого капіталу.

Комплексне оцінювання ІК здійснюється на основі поєднання як фінансових показників, так й нефінансових вимірників і зумовлює застосування графоаналітичної оціночної моделі, що ґрунтується на розрахунку показників — індикаторів кожної складової ІК, які дозволяють відстежувати ключові фактори впливу на формування його структури і загальної величини. Порівняння цих індикаторів зі значеннями показників найуспішніших підприємств дозволяє визначити рейтинг кожного підприємства у досліджуваній групі.

Ідентифікація всіх складових ІК у процесі його комплексного оцінювання надає можливість розрахувати інтегрований показник інтелектуального капіталу ($I_{ІК}^j$):

$$I_{\text{ИК}}^j = \sum_{i=1}^3 r_{ij}, \quad (7.5)$$

де r_{ij} — значення загального рейтингу за відповідними показниками складових інтелектуального капіталу; i — складова інтелектуального капіталу (людська, технологічна, ринкова); j — номер підприємства.

На основі розрахунку даного показника здійснюється побудова графоаналітичної моделі, яка в узагальненому вигляді має форму трикутника, що репрезентує всі складові ІК (рис. 7.7). Застосування графоаналітичної моделі дає змогу оцінювати збалансованість розподілу технологічної (організаційної), людської і ринкової складових ІК при формуванні його загальної величини та визначати рівень інтелектуалізації підприємства за цими складовими. У разі застосування вартісних оцінок складових інтелектуального капіталу та / або на основі моделювання взаємного впливу чинників інтелектуального капіталу можна оцінити його структуру.

Приклад 7.2

Результати використання СППР для оцінювання інтелектуального капіталу ПуАТ «ЗалК» показують, що в теперішній структурі інтелектуального капіталу переважну частку займає людський капітал (65 %). Це свідчить про те, що головним чинником формування інтелектуального капіталу служить людський капітал. Людський, організаційний і споживчий капітал взаємодоповнюють один одного, створюючи синергічний ефект.

Нинішня структура інтелектуального капіталу є такою: $K(t) = \{0,657; 0,205; 0,137\}$. В той час, оптимальна структура інтелектуального капіталу, що забезпечує максимальний економічний ефект (наприклад, EVA), така: $K'(t_{\text{opt}}) = \{0,568; 0,242; 0,171\}$. Графоаналітична модель структури інтелектуального капіталу підприємства має такий вигляд (рис. 7.7).

Зміни в структурі інтелектуального капіталу найімовірніше можуть бути такими, як зображено на рис. 7.8.

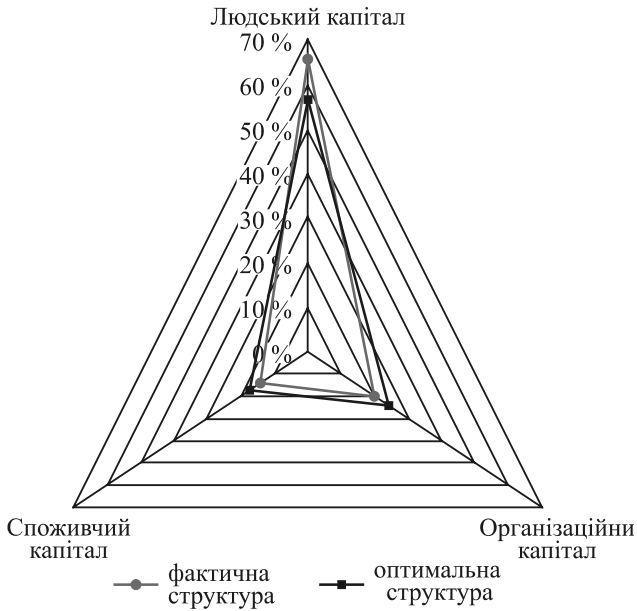


Рис. 7.7. Графоаналітична модель структури інтелектуального капіталу підприємства

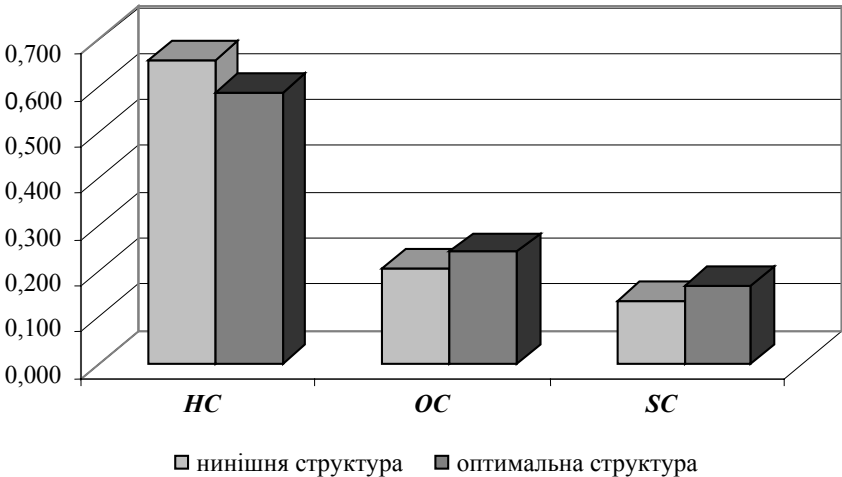


Рис. 7.8. Зміни в структурі інтелектуального капіталу компанії

Важливо зазначити, що для компаній різних галузей типовим може бути лише підхід до оцінювання інтелектуального капіталу, ряд же показників буде строго індивідуальним. Тому Т. Стюарт пропонує всього три конкретні принципи, керуючись якими кожен раз можна здійснювати правильний вибір інструментів оцінювання:

1) не ускладнювати завдання. Для якісного та об'єктивного оцінювання інтелектуального капіталу підприємства потрібно, як правило, не більше трьох вимірюваних параметрів для оцінювання кожного виду капіталу — людського, структурного, споживчого — плюс один інтегрований показник, який характеризує потенціал підприємства в цілому;

2) вимірювати потрібно тільки те, що має важливе стратегічне значення для діяльності компанії;

3) вимірювати потрібно лише ті види діяльності, які створюють інтелектуальне багатство.

Застосування існуючих коефіцієнтних методів визначення вартості і структури ІК має бути коректним, оскільки оцінювання базується на величині ринкової вартості підприємства, яка лише опосередковано враховує наявність інтелектуального капіталу і має високий рівень мінливості та суб'єктивності. Крім того, специфічність такого особливого виду капіталу, як інтелектуальний зумовлена тим, що його формування пов'язане з функціонуванням власного (фізичного) капіталу підприємства, в результаті чого підвищується рівень ефективності їх спільного використання. Нижче наведено два способи здійснення комплексного оцінювання інтелектуального капіталу підприємства: 1) на основі індексу капіталізації наднормативного прибутку; 2) графоаналітичний.

Альтернативним способом оцінювання інтелектуального капіталу підприємства є розрахунок його величини через капіталізацію наднормативного прибутку, отримання якого забезпечується ефективним використанням фізичних, фінансових та інтелектуальних ресурсів:

$$IK = \frac{\Delta\Pi}{R} = \frac{BK \cdot (НП_{BK} - НП_{H})}{y + \frac{1}{n}}, \quad (7.4)$$

де $\Delta\Pi$ — наднормативний прибуток; R — ставка капіталізації; BK — власний капітал; $НП_{BK}$ — фактична прибутковість власно-

го капіталу $НП_{\text{вк}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ВК}}$; ЧП — чистий прибуток; $НП_{\text{н}}$ — нормативна прибутковість власного капіталу; y — норма поточного доходу; n — розрахунковий термін експлуатації інтелектуальних ресурсів.

За рахунок перевищення прибутковості власного капіталу $НП_{\text{вк}}$ над її нормативним значенням $НП_{\text{н}}$ формується наднормативна прибутковість власного капіталу $\Delta НП_{\text{вк}}$. Величина ІК набуває позитивного значення лише у тих підприємств, які мають $\Delta НП_{\text{вк}} > 0$, що пояснюється взаємним ефективним використанням інтелектуального і фізичного капіталу. Виходячи з цього, значення $\Delta НП_{\text{вк}} < 0$ свідчить про недостатню ефективність цього процесу.

Отримані оцінки інтелектуального капіталу можуть знайти своє подальше застосування у сфері діагностики організаційного розвитку (табл. 7.7)

Таблиця 7.7

**СТАДІЇ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО
КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА [83]**

Стадія розвитку підприємства	Стадія зростання інтелектуального капіталу	Вартість інтелектуального капіталу (ІК)
1. Зародження підприємства	набір персоналу	ІК = 0
2. Формування ресурсів підприємства	процес взаємодії людського і структурного капіталу	ІК < 0
3. Початок виробничої діяльності, $ROE < 0$	процес взаємодії людського, структурного та споживчого капіталу	ІК < 0
4. Проходження точки беззбитковості, $ROE = 0$	інтелектуальний капітал сформовано	ІК = 0 або ІК > 0
5. Вихід на середньогалузеві показники, $ROE = r$	інтелектуальний капітал зростає	ІК > 0
6. Вихід на показники понад середньогалузеві, $ROE > r$	інтелектуальний капітал зростає	ІК > 0
7. Банкрутство підприємства $ROE < 0$	інтелектуальний капітал не знаходить ефективного застосування (мала величина або відсутність споживчого капіталу)	ІК < 0

Для більшої наочності можна класифікувати інтелектуальний капітал компанії відповідно до специфіки її галузі [29]:

- а) високий рівень інтелектуального капіталу;
- б) середній рівень інтелектуального капіталу;
- в) інтелектуальний капітал нижче середнього рівня;
- г) неінтелектуальна компанія.

Нехай $K_i = (i = 1, \dots, m)$ — система показників, що характеризує інтелектуальний капітал компанії; k_i — бар'єрне нормалізоване значення показника, що відповідає середньому рівню інтелектуального капіталу компанії. Зміна значень x_i індикатора інтелектуального капіталу K_i відбувається в діапазоні $0 \leq x_i \leq 1$, і ці значення визначаються співвідношеннями:

$$x_i = \begin{cases} x_i^b, & \text{якщо } k_i < x_i \leq 1, \\ x_i^s, & \text{якщо } k_i^{ns} < x_i \leq k_i^s, \\ x_i^{ns}, & \text{якщо } k_i^0 < x_i \leq k_i^{ns}. \end{cases} \quad (7.5)$$

Тут рівень інтелектуального капіталу за кожною складовою його інтелектуального капіталу (людського, структурного, споживчого) позначений так: b — високий рівень, s — середній рівень, ns — нижче середнього рівня; 0 — нульовий.

Існують різноманітні методи (кореляційних зв'язків, вагових коефіцієнтів та ін.) і підходи до інтегрованого оцінювання якої-небудь сфери діяльності компанії за сукупністю дії різнорідних чинників на цю сферу.

Якщо використовувати графічний підхід, наведений на рис. 7.7, то таким критерієм зростання інтелектуального капіталу компанії буде слугувати умова $S_b \geq S_s \geq S_{ns}$, де S_b — площа багатокутника за високого рівня інтелектуального капіталу компанії, S_s — за середнього рівня; S_{ns} — за низького його рівня.

Графічна інтерпретація результатів індикативного аналізу економічних обґрунтувань, розрахунків на практиці сприяє кращому сприйняттю і прискоренню отримання не тільки кількісних, а й якісних значень показників, що відіграє важливу роль у візуальному, оперативному, комплексному оцінюванні узгодженості різнорідних факторів, які визначають стан і тенденції розвитку компанії.

Графік містить масу інформації, але головна його перевага полягає в тому, що ця інформація дає досить повну картину. Графік характеризує не тільки поточний стан компанії, а й на-

прям стратегії її розвитку. Маючи аналогічні дані для конкуруючих чи суміжних компаній, аналітики отримують можливість порівнювати компанії одну з одною, їх відносні переваги і недоліки, а також можливості. Цей метод дозволяє порівнювати розвиток компанії за ряд років і обґрунтовано оцінювати її прогрес чи деградацію, виявляти і своєчасно виправляти небезпечні відхилення від нормального стану.

Як приклад оцінювання інтелектуального капіталу розглянемо гіпотетичну компанію, діяльність якої характеризується такою системою показників (табл. 7.8).

Таблиця 7.8

**СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ КОМПАНІЇ
(УМОВНИЙ ПРИКЛАД НА ОСНОВІ ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК)**

Показник, що характеризує інтелектуальний капітал /ІК/	Позначення показника	Значення показника за високого рівня ІК	Рівень показника інтелектуального капіталу			
			високий	середній	нижче середнього	фактичний
Відношення ринкової вартості компанії до балансової	k_1	10	1	0,4	0,2	0,8
Стабільність інтелектуальних кадрів	k_2	0,94	1	0,85	0,7	0,95
Частка нової продукції в загальному обсягу продажу	k_3	0,9	1	0,5	0,5	0,8
Частка НДДКР в обсязі робіт	k_4	0,2	1	0,5	0,2	0,9
Ставлення працівників до компанії	k_5	0,9	1	0,7	0,4	0,95
Розрахункова вартість заміни бази даних	k_6	1,0	1	0,5	0,2	1
Оборот робочого капіталу	k_7	0,6	1	0,6	0,4	0,9
Відношення обсягу продажу до невиробничих витрат	k_8	0,9	1	0,7	0,4	0,9
Задоволеність клієнтів	k_9	0,9	1	0,8	0,3	0,95
Відданість торговій марці	k_{10}	0,8	1	0,6	0,3	0,9
Стабільність клієнтів	k_{11}	0,8	1	0,5	0,3	0,9

Діаграму показників стану інтелектуального капіталу нашої гіпотетичної компанії подано на розглянутому раніше рис. 7.7.

Показники k_2 , k_3 , k_4 і k_5 є мірою людського капіталу; показники k_6 , k_7 і k_8 — мірою структурного капіталу; показники k_9 , k_{10} і k_{11} — мірою споживчого капіталу.

За інтегрального оцінювання інтелектуального капіталу значення окремих показників нормовані: значення показників, які відповідають високому рівню інтелектуального капіталу компанії, умовно беруть за одиницю, середні ж значення індикаторів інтелектуальності і значення фактичного стану вираховуються частками одиниці. Тоді, наприклад, норматив стабільності інтелектуальних кадрів високоефективної компанії (з урахуванням міграції, природного вибуття, особистих обставин і т.п.), що дорівнює, наприклад, 94 %, відповідає найвищому рівню інтелектуальності компанії, тобто одиниці за шкалою від 0 до 1. Середньому рівню інтелектуального капіталу компанії відповідає значення 0,85 стабільності кадрів за цією шкалою (стабільність кадрів компанії складає $94 \% \cdot 0,85 = 79,9 \%$), рівню нижче середнього — 0,7 (65,8 %), а фактична стабільність кадрів відповідає значенню 0,95 (89,3 %) за прийнятою шкалою.

Кожна конкретна компанія з огляду на свою специфіку діяльності та індивідуальності організаційної і кадрової побудови може самостійно визначити систему показників для розрахунку інтелектуального потенціалу і визначення стратегії розвитку. Вважаємо, що найкоректнішими на цей час методиками комплексного оцінювання інтелектуального капіталу є такі:

а) на основі інформаційної продуктивності або віддачі на менеджмент (ROM);

б) оцінювання інтелектуального капіталу з використанням рентабельності активів (ROA);

в) оцінювання вартості, доданої інтелектуальним капіталом (VAICTM).

Умовні приклади розрахунку за цими методиками наведено в табл. 7.9—7.11.

Приклад 7.3

Оцінимо вартість інтелектуального капіталу компанії на основі інформаційної продуктивності або віддачі на менеджмент:

Таблиця 7.9

**ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ
НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПРОДУКТИВНОСТІ
АБО ВІДДАЧІ НА МЕНЕДЖМЕНТ (ROM), тис. грн**

Показники	Рік				
	1-й	2-й.	3-й	4-й	5-й
1. Реалізаційні витрати	4135	5317	8327	6823	9095,7
2. Загальні та адміністративні витрати	9755,5	22 997,3	32 563,9	25 266,7	86 715
3. Витрати на дослідження і розвиток	5898	10 997	13 255	4518	26 142,6
<i>Витрати інформаційного менеджменту (р. 1 + р. 2 + р. 3)</i>	<i>19 788,5</i>	<i>39 311,3</i>	<i>54 145,9</i>	<i>36 607,7</i>	<i>121 953,3</i>
4. Чистий дохід	26 506	84 805	34 471	15 011,1	17703,4
5. Вартість активів	558 308	490 234	481 503	246 849	316 462
6. Середня норма прибутку	0,047	0,17	0,07	0,06	0,05
<i>7. Дохід, доданий інформацією (р. 5 – р. 6 · р. 7)</i>	<i>265,5</i>	<i>1465,2</i>	<i>765,8</i>	<i>200,2</i>	<i>1880,3</i>
<i>Віддача на інформаційні ресурси (р. 8 / р. 4)</i>	<i>0,013</i>	<i>0,037</i>	<i>0,014</i>	<i>0,005</i>	<i>0,015</i>
8. Середня процентна ставка на акціонерний капітал	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
<i>9. Вартість інтелектуального капіталу (р. 8 / р. 13)</i>	<i>5310</i>	<i>29 304</i>	<i>15 316</i>	<i>4003,2</i>	<i>37 606</i>

Приклад 7.4

Оцінимо вартість інтелектуальних активів за допомогою показника ROA:

Таблиця 7.10

**ОЦІНЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ
З ВИКОРИСТАННЯМ ROA, тис. грн**

Показники	Рік				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
1. Дохід до вирахування всіх податків	22 710	116 621	65 578	19 751,4	23 548,3
2. Розмір матеріальних активів на кінець року	93 169,6	477 887,9	307 478,1	113 117	100 354,3
3. Відношення річного доходу до матеріальних активів (р. 1 / р. 2), коеф.	0,25	0,244	0,213	0,17	0,234
4. Середні галузеві показники віддачі на капітал (ROA) за останні три роки, %	24	24	25	22	21
<i>Якщо відношення нормалізованого доходу до нормалізованої вартості матеріальних активів (р. 3) менше, ніж галузеві ROA, необхідно завершити розрахунки — цей метод не працює. Якщо це відношення більше, ніж галузевої ROA, розрахунки можна продовжити далі.</i>					
5. Середньогалузева віддача нормалізованих активів (р. 2 · р. 4)	22 360,7	114 693,1	—	—	21 074,4
6. Середньорічний дохід, що відноситься на ефект нематеріальних активів (р. 5 – р. 1)	349,3	1927,9			2474,1
7. Середня ставка податку для останніх трьох років	24 %	24 %			24 %
8. Сума податкових платежів з доходу на нематеріальні активи (п. 6 · п. 7)	83,8	462,7	—	—	593,8
9. Чистий дохід на нематеріальні активи (р. 6 – р. 8)	265,5	1465,2	—	—	1880,3

Закінчення табл. 7.10

Показники	Рік				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
10. Середня процентна ставка на акціонерний капітал	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
11. Вартість інтелектуальних активів (р. 9 / р. 10)	5310	29304	—	—	37606

Приклад 7.5

Визначимо величину вартості, генерованої інтелектуальним капіталом компанії:

Таблиця 7.11

**ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ,
ДОДАНОЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ (VAICTM), тис. грн**

Показники	Значення за рік:				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
1. Виручка від реалізації виробів і послуг на ринку (BP)	274 333	659 213	935 819	495 887	533 770,4
2. Витрати за вирахуванням витрат по оплаті праці (IN)	216 925	427 146	676 020	318 373	389 455,4
3. Додана вартість ($VA = BP - IN$)	57 408	23 2067	259 799	177 514	144 315
4. Використаний фізичний і фінансовий капітал (вартість матеріальних витрат) (CE)	198 220	370 882	344 853	288 618	319 806
5. Коефіцієнт доданої вартості ($VACA = VA / CE$)	0,29	0,63	0,75	0,62	0,45
6. Людський капітал (сума всіх витрат на персонал, HC)	49 957	159 200	252 006	152 488	116 702

Закінчення табл. 7.11

Показники	Значення за рік:				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
7. Коефіцієнт вартості, доданої людським капіталом ($VANU = VA / HC$)	1,15	1,46	1,03	1,16	1,24
8. Частина доданої вартості, яка відноситься на структурний капітал ($SC = VA - HC$)	7451	72 867	7793	25 026	27 613
9. Коефіцієнт, що показує внесок структурного капіталу у створення доданої вартості ($STVA = SC / VA$)	0,13	0,31	0,03	0,14	0,19
10. Загальна вартість продукції ($IC = CE + HC + SC$)	255 628	602 949	604 652	466 132	464 121
11. Коефіцієнт вартості, доданої інтелектуальним капіталом ($VAIC^{TM} = VA / IC$)	0,22	0,38	0,43	0,38	0,31

Методика розрахунку: Марусинина Е. Ю. Особенности управления интеллектуальными ресурсами и интеллектуальным капиталом предприятия: Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 [Текст] / Е. Ю. Марусинина; ГОУ ВПО «Волгоградский государственный университет». — В., 2007. — 21 с. — С. 16—19.

Для оцінювання ефективності використання окремих складових інтелектуального капіталу може застосовуватись розроблена з цією метою система індексних показників. Їх порівняння за кілька періодів поспіль або для аналізованого підприємства та конкурента (чи еталонного для галузі) окреслює основні конкурентні переваги, які отримує порівнюване підприємство завдяки інтелектуальній складовій його капіталу [77].

Добірка аналітичних показників для оцінювання ефективності управління клієнтським капіталом, наприклад, може бути такою:

Таблиця 7.12

**ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ
КЛІЄНТСЬКИМ КАПІТАЛОМ У КОМПАНІЯХ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ
(в період 2004—2005 рр.)**

Показники	UMC	Київстар GSM
Індекс надійності клієнтської бази	1,02	1,04
Індекс екстенсивного приросту клієнтської бази	1,84	2,38
Середній темп зростання клієнтської бази	1,19	1,29
Середній темп приросту клієнтської бази	1,35	1,54
Індекс зростання якості клієнтського капіталу	0,81	0,83
Індекс прибутковості клієнтського капіталу	1,92	3,05

Інтегральна ефективність інвестицій в інтелектуальний капітал комерційних організацій (оскільки взаємодія окремих елементів інтелектуального капіталу має нелінійний характер) може бути здійснена на основі коефіцієнта ефективності інвестицій в інтелектуальний капітал [95]:

$$z = \frac{x_2 - x_1}{y}, \quad (7.8)$$

де z — коефіцієнт ефективності інвестицій; x_2 — величина інтелектуального капіталу в кінці періоду; x_1 — величина інтелектуального капіталу на початку періоду; y — інвестиції в інтелектуальний капітал організації.

Коефіцієнт ефективності інвестицій в інтелектуальний капітал z підраховується як відношення різниці величини x (різниця між капіталізацією організації і ціною заміщення її реальних активів, за вирахуванням зобов'язань) на початку і в кінці періоду та величини y (інвестиції в нематеріальні активи) протягом цього періоду. При цьому всі величини беруться в дисконтованому вигляді з урахуванням інфляції.

Для підрахунку величини y рекомендується враховувати такі складові: витрати на дослідження та розробки (науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки); витрати на освіту, підвищення кваліфікації, зміцнення здоров'я працівників, соціальні інвестиції; витрати на інформаційні технології, інформаційне, технічне і програмне забезпечення, на формування і розвиток

бренду; на створення корпоративного порталу, веб-сайту; на маркетинг; на придбання, поширення, зберігання інформації; на розвиток дистрибуції; на розвиток корпоративної культури; на придбання ноу-хау, патентів, інших видів інтелектуальної власності.

Найпоширенішими у вітчизняній практиці методами оцінювання інтелектуального капіталу є метод ринкової капіталізації та визначення величини інтелектуального капіталу через коефіцієнт Тобіна. Недосконалість цих методів полягає в тому, що для визначення інтелектуального капіталу використовують величину ринкової капіталізації підприємств (фіктивний капітал), а на достовірність оцінки впливають політичні, адміністративні, соціальні фактори.

Приклад 7.6

На основі показників діяльності підприємств ДП «Прогрес» (харчова промисловість), ПуАТ «Віта-плюс» (фармацевтична галузь) та ПуАТ «ІТ Лідер» (інформаційні технології) оцініть та порівняйте стан і вартість інтелектуального капіталу.

ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Показник	«Прогрес»	«Віта плюс»	«ІТ Лідер»
Операційний (чистий) дохід, тис. грн	1 944 262	2 858 265	3 691 883
Операційні витрати, тис. грн, у т.ч.	1 731 456	2 345 202	2 752 930
— матеріальні та прирівняні до них витрати, тис. грн	1 038 874	1 407 121	1 651 758
— витрати на працю, тис. грн	311 662	422 136	495 527
Власний капітал, тис. грн	1 269 720	1 535 518	1 910 123
Балансова вартість усіх зобов'язань, тис. грн	479 932	683 190	1 490 122
У т.ч. довгострокові зобов'язання, тис. грн	152 360	308 524	300 585
Кількість акцій, шт.	124 292 971	20 243 799	69 739 821
Курс акцій, грн	8,5	66	25
Премія на капіталізацію, %	25	25	25
ROA підгалузі, %	10	17	19

Розв'язання

1. Оцінимо інтелектуальний капітал і його вартість за допомогою коефіцієнта Тобіна:

ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА ОСНОВІ КОЕФІЦІЄНТА ТОБІНА

Показник	«Прогрес»	«Вітаплюс»	«ІТ Лідер»
1. Капіталізація (кількість акцій помножена на ринковий курс), тис. грн	1 056 490	1 336 091	1 743 496
2. Капіталізація з урахуванням премії, тис. грн	1 320 613	1 670 113	2 179 369
3. Балансова вартість чистих активів (власний капітал), тис. грн	1 269 720	1 535 518	1 910 123
4. Коефіцієнт Тобіна QT (р. 3 / р. 2)	1,040	1,088	1,141
5. Вартість ІК на основі QT , тис. грн (р. 4 – 1) · р. 3)	50 893	134 595	269 246

Найвища вартість інтелектуального капіталу має підприємство «ІТ Лідер», на другому місці — підприємство «Вітаплюс», а державне підприємство «Прогрес» має найнижче значення інтелектуального капіталу.

2. Оцінимо вартість інтелектуального капіталу за показником розрахункової нематеріальної вартості (Calculated Intangible Value CIV). Цей показник відображає додаткову вартість, яку створює інтелектуальний капітал для підприємства (з урахуванням оподаткування):

ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЗА ПОКАЗНИКОМ РОЗРАХУНКОВОЇ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ ВАРТОСТІ

Показник	«Прогрес»	«Вітаплюс»	«ІТ Лідер»
1. Прибуток підприємства, тис. грн (операційний дохід мінус операційні витрати)	212 806	513 063	938 953
2. Активи підприємства, тис. грн (власний капітал плюс зобов'язання)	1 749 652	2 218 708	3 400 245
3. ROA підприємства, % (рентабельність активів: р. 1 / р. 2 · 100 %)	12,16	23,12	27,61
4. ROA галузі, %	10	17	19
5. CIV, тис. грн [(р. 4 – р. 3) · р. 2 · (1 – 0,25)]	29 856	107 270	231 281

Відповідно до цього показника отримаємо децю відмінні, ніж у першому випадку, результати щодо вартості інтелектуального капіталу (для всіх підприємств значення ІК нижчі). Проте зберігається загальна тенденція для всіх компаній: найвище значення інтелектуального капіталу має підприємство з галузі інформаційних технологій «ІТ Лідер», найнижче — державне підприємство «Прогрес».

3. Оцінимо стан інтелектуального капіталу з допомогою інтегрованого показника-коефіцієнта інтелектуальної доданої вартості. $VAIC^{TM}$ — агрегований показник, який дозволяє оцінити загальну ефективність компанії та визначити її інтелектуальний потенціал, а також вимірює нову вартість, створену на інвестовану в ресурси грошову одиницю. Наведемо всі необхідні для розрахунків формули:

◆ $VAIC^{TM} = ICE + CEE$ = коефіцієнт ефективності використання інтелектуального капіталу + коефіцієнт використання інвестованого капіталу;

◆ $ICE = HCE + SCE$ = коефіцієнт ефективності використання людського капіталу + коефіцієнт ефективності використання структурного капіталу;

◆ $HCE = VA / HC$ = додана вартість / людський капітал;

◆ $SCE = SC / VA$ = структурний і клієнтський капітал / додана вартість;

◆ $CEE = VA / CE$ = додана вартість / інвестований капітал.

ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЗА ІНТЕГРОВАНІМ КОЕФІЦІЄНТОМ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

Показник	«Прогрес»	«Вітаплюс»	«ІТ Лідер»
1. Операційний (чистий) дохід, тис. грн	1 944 262	2 858 265	3 691 883
2. Операційні витрати, тис. грн	1 038 874	1 407 121	1 651 758
3. Витрати на працю, тис. грн	311 662	422 136	495 527
4. Власний капітал, тис. грн	1 269 720	1 535 518	1 910 123
5. Довгострокові зобов'язання, тис. грн	152 360	308 524	300 585
6. Додана вартість, тис. грн (р. 1 – р. 2 + р. 3)	905 388	1 451 144	2 040 125
7. Людський капітал, тис. грн (= р. 3)	311 662	422 136	495 527
8. Структурний капітал, тис. грн (р. 6 – р. 7)	593 726	1 029 007	1 544 598
9. Інвестований капітал, тис. грн. (р. 4 + р. 5)	1 422 080	1 844 042	2 210 708

Закінчення табл.

Показник	«Прогрес»	«Вітаплюс»	«ІТ Лідер»
10. HCE (коефіцієнт ефективності використання людського капіталу (р. 6 / р. 7))	2,905	3,438	4,117
11. SCE (коефіцієнт ефективності використання структурного капіталу (р. 8 / р. 6))	0,656	0,709	0,757
12. SEE (коефіцієнт ефективності використання інвестованого капіталу (р. 6 / р. 9))	0,637	0,787	0,923
13. ICE (коефіцієнт ефективності використання інтелектуального капіталу (р. 11 + р. 12))	1,292	1,496	1,680
14. VAIC™ (р. 12 + р. 13)	1,929	2,283	2,603

Отримуємо коефіцієнт інтелектуальної доданої вартості для всіх підприємств вище одиниці, що є свідченням ефективного генерування вартості ресурсами компанії (у тому числі й інтелектуальними).

Висновок. За результатами оцінювання по кожній з методик отримано порівняно високі значення інтелектуального капіталу підприємства «ІТ Лідер», що представляє інтелектуально містку галузь інформаційних технологій. Також досить високі значення спостерігаються для компанії «Вітаплюс», яка працює у фармацевтичній галузі і також використовує інтелектуальний капітал у своїй діяльності. Державне підприємство має порівняно невисокі значення інтелектуального капіталу, що є наслідком випуску традиційної продукції та свідчить про необхідність модернізації техніко-технологічної бази.

Специфіка побудови облікової політики підприємств здебільшого на основі фінансових показників і нематеріальна форма переважної частини інтелектуального капіталу призводять до того, що у фінансовій звітності вітчизняного підприємства враховується лише незначна частина інтелектуального капіталу у вигляді нематеріальних активів.

Крім того, існують труднощі при складанні бухгалтерських і фінансових звітів, зумовлені слабкими можливостями формального й адекватного опису і виміру інтелектуальних ресурсів, які відображаються у звітності в статті «Нематеріальні активи», недостатнім розробленням методичних рекомендацій щодо їх ідентифікації та оцінювання, низькою компетенцією і активністю ке-

рівництва щодо управління нематеріальними активами його підприємства.

Облікування інтелектуального капіталу на підприємствах України є фрагментарним. Проведені дослідження [100] показали, що на більшості вітчизняних підприємств інтелектуальний капітал не відображено в річних звітах (у 20 % підприємств нематеріальні активи взагалі не відображені, у 51 % — відображені в статті «Інші», ідентифіковані тільки у 29 % досліджених підприємств).

Цікавим і перспективним з погляду подальшого розвитку методології діагностування інтелектуального капіталу може виявитися прогнозування ринкової вартості інтелектуального капіталу на основі технології нейронних мереж [100]. Застосування цих технологій на практиці обумовлюється сильною взаємодією між змінними (показниками діяльності підприємств) і дозволяє враховувати взаємний вплив різних складових інтелектуального капіталу та процесів їх формування і використання.

Резюме теми

Основними напрямками економічного аналізу інтелектуального капіталу підприємства є: 1) аналіз стану інтелектуального капіталу та його складових; 2) аналіз ефективності використання інтелектуального капіталу та його елементів; 3) комплексний аналіз ринкової вартості та прибутковості підприємства з урахуванням впливу інтелектуального капіталу.

Методика діагностування інтелектуального капіталу досить багата на інструментарій. Аналіз викладених вище методів діагностики інтелектуального капіталу показує, що більшості з них притаманні ті чи інші недоліки. Частково це пояснюється тим, що багато з них ґрунтуються на уявленнях, доречних за індустріальної економіки, але навряд чи прийнятних в умовах економіки знань.

Так, наприклад, недоліками існуючих методів вимірювання інтелектуального капіталу є те, що:

- ◆ аналітичні показники недостатньо пов'язані один з одним або зовсім не пов'язані між собою;
- ◆ кожен вид нематеріальних активів здебільшого розглядається ізольовано від інших, хоча насправді сила нематеріальних активів у їх кумулятивності;

◆ ці методи не можуть показати, яке значення повинні мати різні види нематеріальних активів для успішної поточної діяльності компанії та її функціонування в майбутньому.

Рядом недоліків страждають і методи оцінювання вартості:

◆ як правило, вони роблять акцент лише на структуризацію нематеріальних активів і знову — такі ігнорують взаємодію їх різних видів, хоча в більшості компаній ця взаємодія веде до виникнення синергічного зв'язку;

◆ вартість нематеріальних активів розраховується на основі первісної вартості, витрат і інших відповідних минулому показників діяльності компанії, і тому мало що дає для оцінювання економічного потенціалу компанії на майбутнє.

Найкоректнішими на сьогодні методиками комплексного оцінювання інтелектуального капіталу є такі: 1) на основі інформаційної продуктивності або віддачі на менеджмент (ROM); 2) оцінювання інтелектуального капіталу з використанням рентабельності активів (ROA); 3) оцінювання вартості, доданої інтелектуальним капіталом (VAICTM).



Питання для самоконтролю

1. Що таке інтелектуальний капітал і з яких елементів він складається?
2. Які основні напрями аналізу інтелектуального капіталу?
3. Якими характерними рисами володіє інтелектуальний капітал?
4. За яким алгоритмом відбувається оцінювання інтелектуального капіталу в компанії «KPMG»?
5. В яких аспектах відбувається оцінювання інтелектуального капіталу за К.-Е. Свейбі?
6. Які групи моделей оцінювання величини інтелектуального капіталу використовують у науці та практиці господарювання? У чому полягає їх сутність?
7. Які показники використовуються для характеристики інтелектуального капіталу в компанії «Scandia»?
8. Які показники застосовуються для визначення індексу інтелектуального капіталу ICTM?

9. Які напрями аналізу передбачає монітор нематеріальних активів *Selet*?

10. Як оцінити вартість інтелектуального капіталу за показником розрахункової нематеріальної вартості (*CIV*)?



Тестові запитання

1. Основними напрямками економічного аналізу інтелектуального капіталу підприємства є ...

- a) аналіз стану інтелектуального капіталу та його складових;
- b) аналіз віддачі на інтелектуальний капітал;
- c) аналіз використання інтелектуального капіталу та його складових;
- d) комплексний аналіз ринкової вартості та прибутковості підприємства з урахуванням впливу складової інтелектуального капіталу.

2. Методи прямого виміру інтелектуального капіталу (*Direct Intellectual Capital methods — DIC*) ...

- a) застосовують бальні оцінки складових ІК;
- b) передбачають розрахунок відношення середнього доходу компанії до її матеріальних активів;
- c) виводять інтегровану оцінку ІК із вартісних оцінок окремих його компонентів;
- d) визначають ІК як різницю між ринковою капіталізацією підприємства та його балансовою вартістю.

3. Складовими трикомпонентної моделі інтелектуального капіталу підприємства є:

- a) людський капітал;
- b) структурний (організаційний) капітал;
- c) інноваційний капітал;
- d) клієнтський (ринковий) капітал.

4. Методи ринкової капіталізації (*Market Capitalization Methods — MCM*) ...

- a) застосовують бальні оцінки складових ІК;

- b) передбачають розрахунок відношення середнього доходу компанії до її матеріальних активів;
- c) виводять інтегровану оцінку ІК із вартісних оцінок окремих його компонентів;
- d) визначають ІК як різницю між ринковою капіталізацією підприємства та його балансовою вартістю.

5. Методи підрахунку балів (Scorecard Methods — SC):

- a) застосовують бальні оцінки складових ІК;
- b) передбачають розрахунок відношення середнього доходу компанії до її матеріальних активів;
- c) виводять інтегровану оцінку ІК із вартісних оцінок окремих його компонентів;
- d) визначають ІК як різницю між ринковою капіталізацією підприємства та його балансовою вартістю.

6. Графоаналітична оціночна модель ІК показує ...

- a) динаміку зміни складових ІК;
- b) значення ключових факторів впливу на формування структури і загальної величини ІК;
- c) показники стану ІК компанії;
- d) показники вартості ІК.

7. Методи віддачі на активи (Return on Assets methods — ROA)...

- a) застосовують бальні оцінки складових ІК;
- b) передбачають розрахунок відношення середнього доходу компанії до її матеріальних активів;
- c) виводять інтегровану оцінку ІК із вартісних оцінок окремих його компонентів;
- d) визначають ІК як різницю між ринковою капіталізацією підприємства та його балансовою вартістю.

8. Комплексне оцінювання ІК здійснюється на основі:

- a) аналізу фінансових показників;
- b) аналізу якісних показників;
- c) поєднання як фінансових показників, так і нефінансових вимірників;
- d) графічного методу аналізу.



Задача 7.1

Обчисліть динаміку вартості інтелектуального капіталу акціонерних компаній, виходячи з таких їх параметрів:

Показник	«А-пром»	«Веста»	«Либідь»
Чиста виручка від реалізації продукції, тис. грн	12 500	13 400	14 750
Операційні витрати, тис. грн	8120	8430	8970
Витрати на працю, тис. грн	1600	1980	2310
Власний капітал, тис. грн	3200	3800	4200
Балансова вартість зобов'язань, тис. грн	2900	3100	3750
у т.ч. довгострокові зобов'язання, тис. грн	800	1500	2000
Кількість акцій, тис. шт.	200	200	200
Ринкова ціна акції, грн	12,5	14	15,8
Премія на капіталізацію, %	25	25	25
ROA галузі, %	8	8,5	11

Задача 7.2

Визначити динаміку вартості інтелектуального капіталу ПрАТ «Темп» за показником розрахункової нематеріальної вартості (CIV), виходячи з таких даних:

ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «Темп»

Показник	Рік 1	Рік 2	Рік 3
1. Прибуток підприємства, тис. грн	800	940	1250
2. Середньорічний обсяг активів підприємства, тис. грн	7920	8670	9300
3. ROA галузі, %	5	6,3	8

Задача 7.3

Ідентифікуйте динаміку вартості облікованих елементів інтелектуального капіталу ПрАТ «Дублер».



Завдання для написання дипломних робіт

1. Ідентифікуйте основні складові інтелектуального капіталу обраного підприємства.

2. Використовуючи показники інформаційної продуктивності (або віддачі на менеджмент (ROM)) та вартості інтелектуального капіталу за ROA, оцініть вартість інтелектуального капіталу аналізованого підприємства. Порівняйте розраховані показники та оцініть їх точність. Як ви вважаєте, який із методів оцінювання для обраного вами підприємства є точнішим?

3. Розрахуйте коефіцієнт вартості, доданої інтелектуальним капіталом, за методикою VAICTM. Порівняйте з коефіцієнтом рентабельності активів. Зробіть висновок та поясніть таке їх співвідношення.

«Людина з безліччю позитивних якостей додасть до них ще дві, якщо виявиться здатною заробити і розумно витратити великі гроші»

Е. Севрус

Тема

8

ДІАГНОСТИКА ВИТРАТНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ключові поняття і терміни

- витрати;
- витратність;
- собівартість;
- вартість капіталу;
- леверидж

8.1. Дослідження параметрів витрат і собівартості продукції.

8.2. Ідентифікація критичного обсягу виробництва і реалізації продукції.

8.3. Діагностика параметрів левериджу на підприємстві.

8.4. Оцінювання вартості капіталу підприємства.

Вивчивши матеріал цієї теми, ви будете **знати**:

- ✓ завдання, аспекти дослідження та джерела вихідних даних діагностики витратності діяльності підприємства;
- ✓ об'єкти дослідження та ключові індикатори витрат функціонування підприємства;
- ✓ сутність і значення в управлінні суб'єктом господарювання операційного та фінансового левериджу;
- ✓ сутність, роль і фактори формування вартості капіталу підприємства;

✓ особливості визначення вартості окремих елементів власного та позикового капіталу підприємства,

а також **уміти**:

✓ аналізувати динаміку обсягів, структури витрат підприємства та собівартості його продукції;

✓ розраховувати значення критичного обсягу виробництва і реалізації продукції в натуральних і вартісних вимірниках, а також визначати віддаленість від зони збитковості;

✓ обчислювати силу операційного, фінансового та сукупного важелів і визначати їх вплив на параметри майбутніх результатів діяльності;

✓ обчислювати середньозважену вартість капіталу підприємства.

Важливою характеристикою фінансово-економічної діяльності підприємства є витратність його функціонування. Саме параметри витрат поряд з доходами є базовими детермінантами ефективності діяльності суб'єкта господарювання. Основними аспектами діагностики витратності функціонування підприємства є такі (рис. 8.1).



Рис. 8.1. Аспекти діагностики витратності функціонування підприємства

Джерелами інформації для аналізу витратності функціонування підприємства є кошториси виробництва, планові та звітні калькуляції собівартості продукції, дані синтетичного та аналітичного обліку витрат, бюджети організації та її структурних підрозділів. Серед форм нормативної звітності поточні витрати підприємства відображають форма № 2 «Звіт про фінансові результати» та її додаток «Операційні витрати», ФДСС № 1-споживання (річна) «Обстеження споживання продуктів та послуг у виробництві продукції (робіт, послуг)», ФДСС № 1-РС «Звіт про витрати на утримання робочої сили», параметри інвестиційних витрат підприємства відображає ФДСС № 2-інвестиції «Капітальні інвестиції».



8.1. Дослідження параметрів витрат і собівартості продукції

Дати однозначне визначення категорії «витрати» досить складно, оскільки вона стосується багатьох процесів (виробництво, споживання, нагромадження, обіг, обмін) і є об'єктом обліку, контролю, планування, аналізу та управління. В економічній літературі більш поширеним є поняття «витрати виробництва», під яким науковці розуміють витрати живої та уречевленої праці або вартість залучених чинників виробництва (економічних ресурсів) для здійснення підприємницької діяльності (виробництва продукції). Економісти-теоретики оперують поняттям «економічні витрати», які, на їх думку, включають у себе не тільки грошові затрати, а й альтернативні витрати, що виникають унаслідок наявності багатьох різних способів використання ресурсів.

Витрати — виражені у грошовій формі втрати різних видів економічних ресурсів (праці, сировини, матеріалів, основних засобів, фінансових ресурсів) у процесі виробництва, обігу й розподілу продукції, товарів [75, с. 102]. Поняття «витрати» та «собівартість» залишаються, на думку багатьох вчених, найневизначенішими категоріями в обліку, оскільки використовуються в багатьох різних значеннях. Вітчизняне законодавство дає таке визначення *витрат* — це сума будь-яких витрат платника податку у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах, здійснюваних для провадження господарської діяльності платника податку,

в результаті яких відбувається зменшення економічних вигід у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, внаслідок чого відбувається зменшення власного капіталу (крім змін капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власником) [3, ст. 14].

Основні нормативні методологічні підходи щодо визначення витрат містяться у Податковому кодексі, положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку (далі — П(С)БО) 16 «Витрати», П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати». Нормативний склад матеріальних витрат на виробництво продукції (робіт, послуг) з урахуванням галузевих особливостей визначається згідно з:

✓ Методичними рекомендаціями з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості, затвердженими наказом Міністерства промислової політики України від 09.07.2007 № 373;

✓ Методичними рекомендаціями з формування собівартості будівельно-монтажних робіт, затвердженими наказом Державного комітету України з будівництва та архітектури від 16.02.2004 № 30;

✓ Методичними рекомендаціями з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності, затвердженими наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 22.05.2002 № 145;

✓ Тимчасовими галузевими методичними рекомендаціями з обліку витрат на виробництво готової вугільної продукції на шахтах та розрізах, затвердженими наказом Мінпаливенерго України від 26.01.2001 № 30;

✓ Методичними рекомендаціями з планування, обліку і калькулювання собівартості робіт (послуг) на підприємствах і в організаціях житлово-комунального господарства, затвердженими наказом Держбуду України від 06.03.2002 № 47;

✓ Методичними рекомендаціями з формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті, затвердженими наказом Міністерства транспорту України від 05.02.2001 № 65;

✓ Методичними рекомендаціями з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств, затвердженими наказом Міністерства аграрної політики України від 18.05.2001 № 132, тощо.

Важливим питанням з погляду не лише діагностики, а й управління витратами в цілому є їх класифікація. Основні класифікаційні ознаки та відповідні їм види витрат наведено в табл. 8.1.

ОСНОВНІ ВИДИ ВИТРАТ

Класифікаційна ознака	Види витрат
1. Вид активів, що формуються	<ul style="list-style-type: none"> • <i>довгострокові (інвестиційні)</i> — витрати, пов'язані з формуванням необоротних активів (придбання основних засобів, нематеріальних активів, довгострокових фінансових вкладень тощо); • <i>поточні</i> — витрати, пов'язані з формуванням оборотних активів і витрати поточного року (собівартість продукції); • <i>витрати майбутніх періодів</i> — витрати поточного і попереднього періодів, що є складовими собівартості продукції, яка буде вироблена в майбутньому
2. Сфера та умови формування витрат	<ul style="list-style-type: none"> • витрати звичайної діяльності: <ul style="list-style-type: none"> ➢ витрати операційної діяльності (виробництво продукції, адміністративні, збутові витрати, втрати від знецінення, курсові різниці); ➢ фінансові витрати (витрати залучення позик і сплата процентів по боргах); ➢ інші звичайні витрати (витрати з реалізації позаоборотних активів, фінансових інвестицій, їх знецінення та списання); • надзвичайні витрати — втрати внаслідок пожеж, стихійних лих (землетрусів, повеней, граду), експропріації майна державою)
3. Ступінь однорідності	<ul style="list-style-type: none"> • <i>елементні</i> характеризують використання ресурсів одного економічного змісту (матеріальні ресурси, основна зарплата виробників); • <i>комплексні</i> — характеризують використання кількох економічно різнорідних ресурсів з однаковою метою (загально-виробничі витрати складаються з витрат на оплату праці адміністративного персоналу, відрахування до Пенсійного та фондів соціального страхування, відповідні матеріальні витрати, амортизація адміністративних основних засобів)
4. Характер реакції на зміну обсягів виробництва продукції	<ul style="list-style-type: none"> • <i>постійні</i> — витрати, величина яких зі зміною обсягів випуску продукції протягом тривалого часу істотно не змінюється (адміністративні потреби, орендна плата); • <i>змінні</i> — витрати, що змінюються відповідно до зміни обсягу виробництва (матеріальні витрати, відрядна оплата праці тощо)
5. Спосіб обчислення на одиницю продукції	<ul style="list-style-type: none"> • <i>прямі</i> — витрати, що можуть бути прямо обчислені на одиницю продукції (сировина і матеріали, зарплата робітників); • <i>непрямі</i> — витрати, що не можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного виробу, а пов'язані з виробництвом у цілому та загальним функціонуванням підприємства (утримання апарату управління)

Відповідно до П(С)БО 16 [24] собівартість реалізованої продукції складається з виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), яка була реалізована впродовж звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат і понаднормативних виробничих витрат. У виробничу собівартість продукції включаються: прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, розподілені постійні загальновиробничі витрати (рис. 8.2).

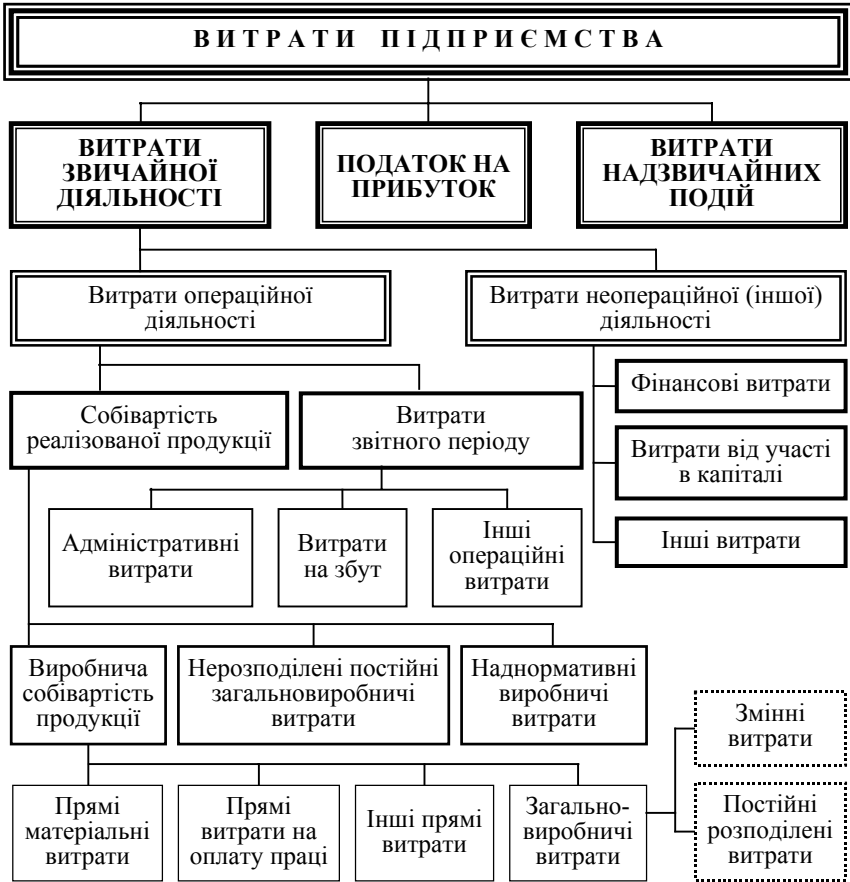


Рис. 8.2. Структура витрат за П(С)БО 16 «Витрати»

Аналізуючи динаміку обсягів і структури витрат, оцінюють їх у розрізі:

- ✓ сукупних витрат і витрат діяльності;

- ✓ витрат на виробництво та збут продукції;
- ✓ операційних витрат на виробництво продукції;
- ✓ бюджету організації та її структурних підрозділів;
- ✓ повної собівартості та калькуляційних статей;
- ✓ питомих витрат на 1 грн реалізованої продукції.

Фактичні обсяги витрат за період порівнюють з їх плановою величиною, обсягами витрат за попередні періоди або за аналогічними об'єктами.

Обсяги витрат на виробництво та збут продукції можна визначити з форми № 2 «Звіт про фінансові результати підприємства». Виходячи з логіки побудови вказаного звіту, а також практики віднесення витрат на собівартість продукції, до витрат на виробництво і реалізацію продукції доцільно зарахувати:

- ✓ собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), (р. 040);
- ✓ адміністративні витрати, (р. 070);
- ✓ витрати на збут, (р. 080);
- ✓ фінансові витрати, (р. 090).

Приклад 8.1

Визначимо динаміку обсягів і структури витрат на виробництво та збут продукції за даними форми № 2 ПуАТ «Авангард» (додаток Б).

Таблиця 8.2

ДИНАМІКА ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО І РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОДУКЦІЇ ПуАТ «Авангард» у x0—x1 pp.

Витрати	За x0 рік		За x1 рік			
	обсяг, тис. грн	частка, %	обсяг, тис. грн	частка, %	зміна обсягу	
					абс., тис. грн	відн., %
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	45 755	79,98	49 835	83,75	4080	8,92
Адміністративні витрати	5330	9,32	3016	5,07	- 2314	- 43,41
Витрати на збут	4459	7,79	5166	8,68	707	15,86
Фінансові витрати	1663	2,91	1486	2,50	- 177	- 10,64
Разом витрат на виробництво і збут продукції	57 207	100,00	59 503	100,00	2296	4,01

Як видно з таблиці, повні витрати на виробництво і реалізацію продукції ПуАТ «Авангард» за x1 рік зросли на 4,01 %, при цьому спостерігалася різноспрямована зміна за окремими видами витрат. Так зросли бухгалтерська собівартість реалізованої продукції (на 8,92 %) і витрати на збут (15,86 %). Разом з тим, спостерігалася суттєве скорочення адміністративних витрат (на 43,41 %) та фінансових витрат (на 10,64 %). У структурі сукупних витрат на виробництво і реалізацію продукції товариства протягом аналізованого періоду спостерігалася значне переважання бухгалтерської собівартості реалізованої продукції, що свідчить про об'єктивну раціоналізацію структури витрат та зростання зусиль компанії щодо просування власної продукції на ринок.

Важливим індикатором, що дозволяє казати про динаміку результативності витрат, є порівняння темпів зростання чистої виручки та сукупних витрат на виробництво і збут продукції. Про підвищення результативності витрат свідчить переважання темпів зростання саме чистої виручки.

Приклад 8.2

Визначимо ці індикатори за даними ПуАТ «Авангард»:

✓ $T_{вч} = \frac{62\,249}{59\,899} \approx 1,039$, що вказує на збільшення обсягів чистої виручки у 2009 році порівняно з 2008 на 3,9 %;

✓ $T_{св} = \frac{59\,503}{57\,207} \approx 1,0401$, тобто обсяг сукупних витрат на виробництво і збут продукції у x1 році порівняно з x0 зріс на 4,01 %.

Зіставлення темпів динаміки вказаних показників дозволяє робити висновок про незначне зниження результативності витрат на виробництво і збут продукції у ПуАТ «Авангард» у x1 році порівняно з x0.

Інформативним індикатором витратності та результативності виробничо-комерційної діяльності є показник витрат на 1 грн реалізованої продукції.

Приклад 8.3

Визначимо динаміку величини витрат на 1 грн реалізованої продукції за даними ПуАТ «Авангард»:

✓ у x_0 році: $K_{2008}^B = \frac{57\,207}{59\,899} \approx 0,9551$, що вказує на те, що на виробництво і збут 1 грн реалізованої продукції у компанії витрачено 95,51 коп.;

✓ у x_1 році: $K_{2009}^B = \frac{59\,503}{62\,249} \approx 0,9559$.

Отже, у x_1 році витрати на виробництво і збут 1 грн реалізованої продукції незначно зросли (на 0,08 коп).

Рациональне використання матеріальних ресурсів є істотним чинником зниження витратності діяльності, зростання обсягів виробництва, а отже, збільшення прибутку і рівня рентабельності. Узагальнюючими індикаторами витрати матеріальних ресурсів є показник матеріаломісткості, а також аналогічні йому енергомісткість, сировиномісткість тощо. Ці показники визначають як по підприємству в цілому, так і по окремих виробках. Матеріаломісткість розраховується як відношення вартості застосованих у процесі виробництва і реалізації продукції матеріальних ресурсів (сировини, основних і допоміжних матеріалів, напівфабрикатів, паливно-мастильних матеріалів, різноманітних видів енергії) до її собівартості чи вартості в оптових цінах.

Енергомісткість характеризує витрати паливно-енергетичних ресурсів. Цей показник обчислюють як відношення вартості спожитих палива, енергії (електричної, теплової), пари до собівартості продукції (її обсягу в оптових цінах).

Наступним аспектом аналізу є дослідження собівартості одиниці окремих видів, передусім профільної, продукції. В ринкових умовах господарювання собівартість продукції є одним з найважливіших економічних показників і слугує основою для прийняття рішень з багатьох управлінських питань. Такий аналіз здійснюється за даними внутрішнього управлінського обліку. Процес дослідження калькулювання слід почати з ідентифікації способу та технології його здійснення, прийнятих стандартів розподілу комплексних і непрямих витрат серед номенклатурно-асортиментних позицій. Основними способами калькулювання є:

- *однопредільний* спосіб. Переділ — це визначена сукупність технологічних операцій, після виконання яких одержують напівфабрикат (продукт праці, готовий для цієї стадії технологічного процесу), що буде використаний на наступних стадіях технологічного процесу цього підприємства. Цей спосіб не передбачає поділу технологічного процесу на проміжні етапи, він від першої

до останньої операції становить єдине ціле, наприклад хлібопечення;

- *багатопередільний спосіб* використовується тими підприємствами, де продукція виготовляється за послідовної переробки вихідної сировини за окремими стадіями (переділами, фазами) технологічного процесу. Застосовується в разі поділу технологічного процесу на кілька стадій, у кінці кожної з яких отримують окремий напівфабрикат, а готовий продукт отримують, відповідно, в кінці останнього переділу. Собівартість виробу розраховують як суму собівартості усіх складових напівфабрикатів і витрат останньої операції. Цей спосіб застосовується, передовсім, великими комбінатами та виробничими об'єднаннями;

- *позамовний спосіб* застосовується в основному в одиничному, дрібносерійному виробництві або при виготовленні ексклюзивних виробів (судно-, турбо-, авіабудування тощо). За цього способу собівартість виробництва та збуту визначається для кожної одиниці продукції.

На сучасному виробництві *калькуляція собівартості одиниці продукції* здійснюється за такими типовими статтями витрат:

- сировина й матеріали;
- купівельні напівфабрикати й комплектуючі вироби, роботи і послуги виробничого характеру сторонніх організацій;
- паливо й енергія на технологічні цілі;
- зворотні відходи (вираховують);
- основна заробітна плата;
- додаткова заробітна плата;
- відрахування на соціальне страхування;
- витрати на утримання та експлуатацію устаткування;
- загальновиробничі та загальногосподарські витрати;
- втрати від браку;
- витрати на підготовку та освоєння нової продукції;
- позавиробничі (комерційні) витрати;
- інші виробничі витрати;
- супутня продукція (вираховують).

Досліджуючи собівартість окремих виробів, також визначають показник фактичних витрат на 1 грн оптової ціни за одиницю продукції, який потім зіставляють з плановим і допустимим рівнями. На етапі поточного планування в умовах ринкової економіки обсяг допустимих витрат на одиницю продукції диктує ринкова ціна, основою якої є витрати підприємств-конкурентів, що виготовляють аналогічну продукцію. *Допустимі витрати під-*

приємства на виробництво й реалізацію i -го виробу розраховують за формулою:

$$B_{дi} = \frac{Ц_{p_i}}{1 + P_{пр_i}}, \quad (8.1)$$

де $Ц_{p_i}$ — ринкова ціна i -го виробу; $P_{пр_i}$ — коефіцієнт рентабельності i -ї продукції, як відношення прибутку до собівартості.



8.2. Ідентифікація критичного обсягу виробництва і реалізації продукції

Розподіл поточних витрат підприємства на постійні і змінні дозволяє визначити мінімальний масштаб діяльності, що забезпечить йому беззбиткове функціонування, тобто критичний обсяг виробництва і реалізації продукції. *Критичний обсяг виробництва і реалізації продукції (точка беззбитковості)* — показник, що відображає такий обсяг виробництва й реалізації продукції, у разі перевищення якого підприємство починає отримувати прибуток. Якщо ж масштаб діяльності є меншим за критичний, то підприємство не покриває всіх витрат, а отже функціонує збитково.

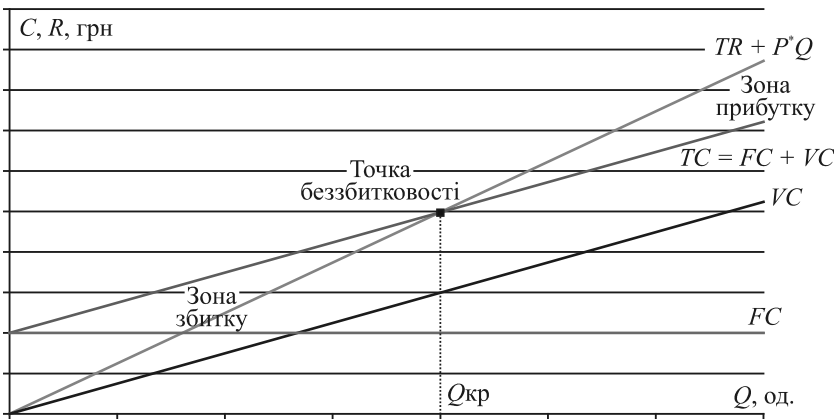


Рис. 8.3. Графічна інтерпретація точки беззбитковості

Критичний обсяг виробництва і реалізації продукції може бути розрахований у натуральних і вартісних величинах. Точка беззбитковості у натуральних одиницях виміру (шт., т., м², м³, дал тощо) обчислюється для кожної номенклатурно-асортиментної позиції окремо за такою формулою:

$$Q_i^{\text{кр}} = \frac{FC_i}{P_i - AVC_i}, \quad (8.2)$$

де FC_i — обсяг постійних витрат, що мають бути відшкодовані за рахунок виробництва i -го виробу; P_i — чиста ціна (без непрямих податків) одиниці i -го виробу; AVC_i — середні змінні витрати на одиницю i -го виробу.

Для обчислення обсягу виробництва, який забезпечує отримання необхідної суми прибутку ($\Pi_i^{\text{н}}$) застосовують формулу:

$$Q_i^{\text{кр.п}} = \frac{FC_i + \Pi_i^{\text{н}}}{P_i - AVC_i}, \quad (8.3)$$

де $\Pi_i^{\text{н}}$ — сукупний обсяг необхідного прибутку, який бажають отримати від виробництва і реалізації i -х виробів.

Критичний обсяг виробництва також можна розрахувати й у вартісному вимірі за допомогою коефіцієнта маржинального прибутку $k_{\text{м}}$, тобто:

$$Q^{\text{кр}} = FC / k_{\text{м}}, \quad (8.4)$$

де FC — сукупний обсяг постійних витрат підприємства;

$$k_{\text{м}} = \frac{TR - VC}{TR}, \quad (8.5)$$

де TR — обсяг чистої виручки (без непрямих податків) від реалізації продукції; VC — сукупні змінні витрати на весь обсяг продукції.

Важливим показником є *коефіцієнт безпеки виробництва* — показник, що характеризує величину максимально можливого зменшення фактичного (запланованого) обсягу виробництва в межах зони прибутковості, тобто показує віддаленість від зони збитків. Він розраховується так:

$$k_{\text{об}} = \frac{Q - Q^{\text{кр}}}{Q}, \quad (8.6)$$

де Q — величина фактичного або запланованого обсягу виробництва продукції.

Приклад 8.4

Обчисліть критичні обсяги виробництва і реалізації продукції за виробами А, Б та В. Сукупна сума непрямих постійних витрат по підприємству складає 1000 тис. грн і згідно з обліковою політикою розподіляється пропорційно сукупним прямим витратам на виробництво і реалізацію продукції. Відомо, що прямі постійні витрати на кожен вид продукції становлять, відповідно, 300 тис. грн, 250 тис. грн і 180 тис. грн. Змінні прямі витрати за видами продукції становлять 80 грн/од., 75 грн/од. та 60 грн/од. Всього у плановому періоді планується виготовити і реалізувати 100 тис. од. виробу А, 120 тис. од. виробу Б та 150 тис. од. виробу В. Чиста відпускна ціна за виробами планується на рівні: 110 грн/од. по А, 95 грн/од. по Б та 80 грн/од. по В.

Розв'язання

1. Визначимо обсяги постійних витрат, що мають бути відшкодовані за рахунок випуску і реалізації кожного з видів продукції:

Обсяг	По виробу А	По виробу Б	По виробу В	Разом
1. Прямі постійні витрати, тис. грн	300	250	180	730
2. Сукупні прямі змінні витрати, тис. грн	$80 \cdot 100 = 8000$	$75 \cdot 120 = 9000$	$60 \cdot 150 = 9000$	26 000
3. Сукупні прямі витрати, тис. грн	$300 + 8000 = 8300$	$250 + 9000 = 9250$	$180 + 9000 = 9180$	26 730
4. Частка виробу у сукупних прямих витратах	$\frac{8300}{26\,730} \approx 0,311$	$\frac{9250}{26\,730} \approx 0,346$	$\frac{9180}{26\,730} \approx 0,343$	1
5. Розподілена сума непрямих постійних витрат, тис. грн	$0,311 \cdot 1000 = 311$	$0,346 \cdot 1000 = 346$	$0,343 \cdot 1000 = 343$	1000
6. Сукупна сума постійних витрат, що мають бути відшкодовані за рахунок виробництва виробу	$300 + 311 = 611$	$250 + 346 = 596$	$180 + 343 = 523$	1730

2. Визначимо критичні обсяги виробництва і реалізації продукції по виробках:

	Критичний обсяг виробництва у натуральних одиницях, од.	Критичний обсяг виробництва у грн
По виробу А:	$\frac{611\,000}{110 - 80} \approx 20\,367$ од.	$20\,367 \cdot 110 = 2\,240\,370$
По виробу Б:	$\frac{596\,000}{95 - 75} = 29\,800$ од.	$29\,800 \cdot 95 = 2\,831\,000$
По виробу В:	$\frac{523\,000}{80 - 60} = 26\,150$ од.	$26\,150 \cdot 80 = 2\,092\,000$
Разом	—	7 163 370

Отже, для того щоб мати прибуткове виробництво по виробках необхідно виробляти і реалізовувати не менше 20 367 одиниць виробів А, 29 800 одиниць виробів Б та 26 150 виробів В.

На аналогічні результати можна вийти, використавши формулу (8.4):

$$k_m = \frac{(100 \cdot 110 + 120 \cdot 95 + 150 \cdot 80) - 26\,000}{100 \cdot 110 + 120 \cdot 95 + 150 \cdot 80} \approx 0,244.$$

Звідси, критичний обсяг виробництва і реалізації усіх видів продукції становить:

$$Q^{кр} = \frac{1730}{0,244} \approx 7084,8 \text{ тис. грн.}$$

Невелика різниця в показниках (7084,8 та 7163,37 тис. грн) пояснюється застосованим скороченням розрахованих показників.

3. Визначимо коефіцієнти безпеки виробництва по кожному виробу:

$$\checkmark \text{ по виробу А: } k_{обв}^A = \frac{100\,000 - 20\,367}{100\,000} \approx 0,7963;$$

$$\checkmark \text{ по виробу Б: } k_{обв}^B = \frac{120\,000 - 29\,800}{120\,000} \approx 0,7516;$$

$$\checkmark \text{ по виробу В: } k_{обв}^B = \frac{150\,000 - 26\,150}{150\,000} \approx 0,8257.$$

Отже, максимально допустиме невиконання плану з виробництва і реалізації продукції по видах становить: 79,63% — по виробках А, 75,16% — по виробках Б та 82,57% — по виробках В.



8.3. Діагностика параметрів левериджу на підприємстві

З фізики широко відомим є такий інструмент, як важіль. Якщо ним користуватися правильно, то сила, що прикладається на одному його кінці, буде на іншому виконувати суттєвий обсяг роботи. Це — найхарактерніша особливість механічного важеля, наприклад звичайного лома. Подібний механізм (леверидж) існує і в господарській сфері, виявити який дозволяє розподіл витрат на постійні та змінні.

Леверидж — використання витрат, величина яких є постійною, у намаганні підвищити прибутковість діяльності підприємства та досягти основної мети управління капіталом. У економічній сфері прийнято виділяти три види важелів — операційний, фінансовий і сукупний. Так, *операційний важіль* пояснюється наявністю постійних операційних витрат, пов'язаних з виробництвом товарів і послуг (амортизаційні відрахування, витрати на управління і виробничо-господарське обслуговування виробництва), тоді як другий — *фінансовий* — наявністю постійних витрат фінансування бізнесу (зокрема впроцентів за борговими зобов'язаннями). Обидва типи важелів впливають на обсяг чистого прибутку підприємства, рівень прибутковості діяльності та її ризикованість. Ідентифікувавши сили впливу важелів, можна прогнозувати значення підсумкових фінансових показників у разі зміни масштабів діяльності підприємства.

Операційний леверидж — це маніпулювання обсягом постійних операційних витрат підприємства з метою збільшення віддачі на власний капітал. Наявність операційного важеля передбачає, що певна відсоткова зміна обсягів продажу фірми спричинює посилену зміну операційного прибутку (збитку) внаслідок незмінності обсягу постійних витрат.

Приклад 8.5

Розглянемо сутність операційного важеля на прикладі двох гіпотетичних фірм (табл. 7.3).

Таблиця 7.3

ІЛЮСТРАЦІЯ ДІЇ ОПЕРАЦІЙНОГО ВАЖЕЛЯ

Показник	Фірма «А»	Фірма «Б»
Обсяг продажу (TR), тис. грн	5000	5000
Операційні витрати тис. грн:		
✓ постійні (FC)	3000	1000
✓ змінні (VC)	1000	3000
Операційний прибуток (прибуток до сплати процентів та податку на прибуток) EBIT = TR – FC – VC, тис. грн	5000 – 3000 – – 1000 = 1000	5000 – 1000 – – 3000 = 1000
Стан після 50 %-го збільшення обсягу реалізації		
Обсяг продажу (TR), тис. грн	5000 · 1,5 = 7500	5000 · 1,5 = 7500
Операційні витрати, тис. грн:		
✓ постійні (FC)	3000	1000
✓ змінні (VC)	1000 · 1,5 = 1500	3000 · 1,5 = 4500
Операційний прибуток (EBIT)	7500 – 3000 – – 1500 = 3000	7500 – 1000 – – 4500 = 2000
Зміна обсягу прибутку, $\Delta EBIT_{\%} = \frac{\Delta EBIT}{EBIT_0} \cdot 100\%$	$\frac{(3000 - 1000)}{1000} \times$ $\times 100\% = 200\%$	$\frac{(2000 - 1000)}{1000} \times$ $\times 100\% = 100\%$

Як бачимо, реакція кожної з фірм на однакову зміну масштабів діяльності була різною: операційний прибуток фірми «А» зріс на 200 %, в той час як «Б» — лише на 100 %. Розбіжність у кількісних параметрах реакції пояснюється різною структурою операційних витрат. Більша зміна результуючого показника спостерігалася в того підприємства, частка постійних витрат якого в загальній сумі операційних видатків була вищою.

Для фінансових менеджерів важливим для прогнозування можливих наслідків зміни масштабів діяльності є кількісна характеристика реакції операційного прибутку. Таку характеристику відображає показник сили операційного важеля. *Сила операційного важеля (Degree of Operational Leverage)* — кількісна характеристика чутливості операційного прибутку до сплати позикових

процентів і податку на прибуток підприємства до зміни його обсягу продажу. Сила операційного важеля розраховується як:

$$DOL = \frac{\Delta EBIT_{\%}}{\Delta TR_{\%}} = \frac{EBIT + FC}{EBIT}, \quad (7.8)$$

де $\Delta EBIT_{\%}$ — відсоткова зміна обсягу операційного прибутку до сплати позикових процентів і податку на прибуток; $\Delta TR_{\%}$ — відсоткова зміна обсягу продажу; $EBIT$ — обсяг операційного прибутку до сплати позикових процентів і податку на прибуток; FC — обсяг сукупних постійних витрат.

Сила операційного важеля показує наскільки зміниться обсяг операційного прибутку до сплати позикових процентів і податку на прибуток при зміні обсягу продажу на 1 % у певних межах.

Приклад 8.6

Обчислимо значення сили операційного важеля за даними табл. 8.3:

✓ $DOL_A = \frac{200\%}{50\%} = 4$ або за іншою формулою:

$$DOL_A = \frac{1000 + 3000}{1000} = 4;$$

✓ $DOL_B = \frac{100\%}{50\%} = 2$ або за другою формулою:

$$DOL_B = \frac{1000 + 1000}{1000} = 2.$$

Тобто, по підприємству «А» можна зробити такий висновок: у разі зміни обсягу продажу на певну величину, обсяг операційного прибутку до сплати позикових процентів і податку на прибуток зміниться вчетверо. По фірмі «Б» — подвійна зміна.

Разом з тим слід зауважити, що високе значення DOL вказує на високий рівень ризику операційної діяльності підприємства, адже у разі падіння обсягу реалізації величина операційного прибутку знизиться набагато більше. Саме тому при прогнозуванні зростання масштабів діяльності фінансові менеджери намагаються працювати з високим значенням DOL , а за несприятливого прогнозу — знизити його, скоротивши частку постійних витрат до мінімуму.

Фінансовий леверидж — використання фірмою позикових коштів, витрати обслуговування яких є постійними (сплата позикових процентів і комісій) з метою збільшення прибутку на одиницю власного капіталу. Дія такого механізму пояснюється тим, що, збільшуючи частку позикових коштів для формування необхідного обсягу фінансових ресурсів, підприємство зменшує потребу у власному капіталу. Хоча потім і виникає необхідність у додаткових витратах на сплату позикових процентів, за рахунок податкового щита (позикові проценти зменшують прибуток, що підлягає оподаткуванню, а, відтак, і величину податку на прибуток) та меншої суми залучення власних коштів досягається збільшення віддачі на одиницю власного капіталу. Дію фінансового важеля проілюструємо таким прикладом.

Приклад 8.7

Підприємство розглядає можливість формування фінансових ресурсів на суму 15 млн грн. При цьому можливі три варіанти формування необхідної суми коштів:

А) випуск 300 тисяч звичайних акцій;

Б) випуск 200 тисяч звичайних і 100 тисяч привілейованих акцій, на які обіцяно щороку виплачувати 1200 тис. грн привілейованих дивідендів;

В) випуск 100 тисяч звичайних акцій та отримання кредиту обсягом 10 млн грн під 20 % річних.

Обчислимо прибуток на акцію (потенційну величину дивіденду) за кожним з варіантів фінансування.

Таблиця 8.4

РОЗРАХУНОК ПРИБУТКУ НА АКЦІЮ ЗА ВАРІАНТАМИ ФІНАНСУВАННЯ

Показник	Варіант фінансування		
	А	Б	В
<i>Прибуток до сплати процентів і прибуткового податку (ЕВІТ), тис. грн</i>	<i>10 000</i>	<i>10 000</i>	<i>10 000</i>
<i>Проценти на позиковий капітал (I), тис. грн</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>10 000 · 0,2 = = 2000</i>

Закінчення табл. 8.4

Показник	Варіант фінансування		
	А	Б	В
Прибуток до оподаткування ($EVT = EBIT - I$), тис. грн	$10\,000 - 0 = 10\,000$	$10\,000 - 0 = 10\,000$	$10\,000 - 2\,000 = 8\,000$
Податок на прибуток за ставкою 21 % ($t_{\text{пп}} = EVT \cdot r_{\text{п.п.п}}$), тис. грн	$10\,000 \cdot 0,21 = 2\,100$	$10\,000 \cdot 0,21 = 2\,100$	$8\,000 \cdot 0,21 = 1\,680$
Чистий прибуток ($P_n = EVT - t_{\text{пп}}$), тис. грн	$10\,000 - 2\,100 = 7\,900$	$10\,000 - 2\,100 = 7\,900$	$8\,000 - 1\,680 = 6\,320$
Дивіденди на привілейовані акції (D_{ps}), тис. грн	0	1200	0
Прибуток, що може бути спрямований власникам звичайних акцій ($P_{cso} = P_n - D_{ps}$), тис. грн	$7\,900 - 0 = 7\,900$	$7\,900 - 1\,200 = 6\,700$	$6\,320 - 0 = 6\,320$
Прибуток (потенційний дивіденд) на одну просту акцію, ($EPS = \frac{P_{cso}}{n_{з.а}}$), грн/шт.	$\frac{7\,900}{300} \approx 26,33$	$\frac{6\,700}{200} = 33,5$	$\frac{6\,320}{100} = 63,2$

Як бачимо, величина потенційного дивіденду на акцію максимізується у третьому варіанті фінансування, який передбачає залучення позикового капіталу. У цьому аспекті для фінансових менеджерів важливим показником є сила фінансового важеля. Сила фінансового важеля (Degree of Financial Leverage, DFL) — це кількісна характеристика чутливості прибутку на акцію фірми до зміни обсягу операційного прибутку фірми. Цей показник розраховується так:

$$DFL = \frac{\Delta EPS_{\%}}{\Delta EBIT_{\%}} = \frac{EBIT}{EBIT - I - \frac{POD}{1 - r_{\text{п.п.п}}}}, \quad (8.8)$$

де $\Delta EPS_{\%}$ — відсоткова зміна прибутку на звичайну акцію; I — величина позикових процентів за користування позиковими джерелами, гр. од.; $EBIT$ — обсяг операційного прибутку до сплати позикових процентів і податку на прибуток; POD — величина

обов'язкових (першочергових) напрямків розподілу прибутку (виплата дивідендів на привілейовані акції, нормативне поповнення резервного фонду, сплата окремих податків і штрафних санкцій тощо), гр.од.; $r_{п.п.п}$ — ставка податку на прибуток підприємства, виражена десятковим дробом.

DFL показує наскільки зміниться обсяг прибутку на одну акцію при зміні прибутку до сплати процентів і податку на прибуток на 1 % у певних межах.

Приклад 8.8

Обчислимо значення сили фінансового важеля за даними табл. 7.4:

$$\checkmark DFL_A = \frac{10\,000}{10\,000 - 0 - \frac{0}{1 - 0,21}} = 1;$$

$$\checkmark DFL_B = \frac{10\,000}{10\,000 - 0 - \frac{1200}{1 - 0,21}} \approx 1,18;$$

$$\checkmark DFL_B = \frac{10\,000}{10\,000 - 2000 - \frac{0}{1 - 0,21}} = 1,25.$$

З погляду максимізації віддачі на одиницю власного капіталу перевагу слід надати саме третьому варіанту фінансування потреби в коштах. Крім того, при перевищенні запланованого рівня операційного прибутку на певний відсоток віддача на акціонерний капітал зросте в 1,25 рази. Однак вище значення коефіцієнта DFL також є свідченням підвищеного ризику функціонування компанії, адже у разі зниження запланованих показників обсягу реалізації та операційного прибутку більшою мірою знизиться і віддача на одиницю акціонерного капіталу. До того ж зростання частки позикових коштів у загальній сумі джерел фінансування підвищує ризик неплатоспроможності компанії.

Коли фінансовий важіль застосовується разом з операційним виникає *сукупний важіль*. Сила сукупного важеля показує відсоткову зміну прибутку на акцію в результаті однопроцентної зміни обсягу продажу.

$$DTL = DFL \cdot DOL \quad (8.9)$$

Слід зауважити, що високе значення коефіцієнтів *DOL*, *DFL*, *DTL* є бажаним на етапах зростання масштабів діяльності підприємства. Водночас високе значення цих коефіцієнтів також вказує й на високий рівень ризику діяльності підприємства, адже у разі скорочення обсягів реалізації та прибутку цільові показники знижуватимуться вищими темпами.



8.4. Оцінювання вартості капіталу підприємства

Вартість капіталу — це ціна (процентна ставка), яку підприємство платить за його залучення з різних джерел. Концепція такої оцінки виходить із того, що капітал, як і будь-який інший фактор виробництва, має відповідну вартість, яка формує рівень операційних та інвестиційних витрат підприємства.

Вартість капіталу є важливим фінансовим показником підприємства, його роль і значення розкривають такі тези:

1. *Вартість капіталу підприємства є вимогою до мінімальної прибутковості його основної діяльності* і характеризує частину прибутку, який повинен бути сплачений за використання сформованого раніше чи залученого нового капіталу для забезпечення випуску і реалізації продукції. Цей показник є мінімальною нормою формування прибутку підприємства від профільної діяльності, тобто вихідним параметром при плануванні його обсягу.

2. *Показник вартості капіталу використовується як критерій (дисконтна ставка) при оцінюванні ефективності реального та фінансового інвестування, отримання активів у лізинг.* Передусім, рівень вартості капіталу конкретного підприємства є дисконтною ставкою, за допомогою якої сума чистого грошового потоку зводиться до теперішньої вартості у процесі оцінювання ефективності окремих реальних проектів. Крім того, він є базою для порівняння з внутрішньою ставкою дохідності інвестиційного проекту, що розглядається. Якщо вона нижча, ніж показник вартості капіталу підприємства, то такий інвестиційний проект слід відхилити.

3. Рівень вартості капіталу підприємства є *основним фактором і параметром розрахунку ринкової ціни підприємства.* Концептуальна формула визначення вартості підприємства за дохідного підходу до оцінювання — це відношення обсягу генеро-

ваного фірмою фінансового результату до ставки дисконту (капіталізації). Зниження рівня вартості капіталу приводить до відповідного зростання ринкової вартості підприємства, і навпаки.

Узагальнюючим кількісним показником є середньозважена вартість капіталу (WACC від англ. *Weighted Average Cost of Capital*), що розраховується за формулою:

$$WACC = \sum_{i=1}^n C_i^* \cdot q_i, \quad (8.10)$$

де C_i^* – скоректована на відповідні поправки вартість i -го елемента капіталу, %; q_i — частка i -го елемента в загальній сумі капіталу, виражена десятковим дробом.

При цьому номінальна вартість i -го джерела капіталу може бути визначена так:

$$C_i = \frac{ДП_i}{K_i^\Phi} \cdot 100 \%, \quad (8.11)$$

де $ДП_i$ — сума сплаченого процентного доходу постачальнику i -то-го елемента капіталу, грн; K_i^Φ — сума фактично отриманих підприємством у розпорядження фінансових ресурсів за рахунок i -го елемента капіталу, грн.

До факторів, що впливають на величину вартості капіталу фірми, належать:

- ◆ середня ставка процента, що склалась на фінансовому ринку;
- ◆ доступність різних джерел фінансування (кредитів банків, комерційного кредиту, власної емісії акцій та облігацій тощо) та можливість їх отримання підприємством;
- ◆ вартість інших витрат на залучення джерела (рівень витрат на організацію емісії, реєстрацію і друк сертифікатів, оформлення відносин з реєстратором, зберігачем цінних паперів, проведення презентацій емісії цінних паперів серед потенційних інвесторів, витрати поширення цінних паперів та оформлення відносин з андеррайтером; витрати на формування і презентацію бізнес-планів використання позикових коштів тощо);
- ◆ галузеві особливості профільної діяльності, що визначають тривалість операційного циклу та рівень ліквідності активів, які використовуються;
- ◆ співвідношення обсягів основної та інвестиційної діяльності;
- ◆ стадія життєвого циклу підприємства;
- ◆ рівень ризику операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства.

Обчислення вартості капіталу має свою специфіку для окремих його елементів. При визначенні вартості елементів власного капіталу потрібно враховувати такі особливості:

✓ *необхідність постійного коригування балансової суми власного капіталу в процесі оцінювання.* При цьому коригуванню підлягає тільки та частина власного капіталу, що використовується, бо новий власний капітал, що залучається, оцінений у теперішній ринковій вартості;

✓ *оцінка вартості нового власного капіталу, що залучається, має імовірний характер.* Залучення основної суми власного капіталу контрактних зобов'язань не передбачає (за винятком емісії привілейованих акцій), а є лише розрахунковою плановою величиною, що може бути скоригована за результатами майбутньої господарської діяльності;

✓ *необхідність урахування емісійних витрат* (організація емісії, реєстрація та друк сертифікатів акцій, оформлення відносин з реєстратором, зберігачем цінних паперів, проведення презентацій емісії цінних паперів серед потенційних інвесторів, витрати поширення емісії серед інвесторів та оформлення відносин з андеррайтером) за допомогою коректора $\frac{1}{1-EB_i}$, де EB_i — емісійні витрати на випуск і первинне розміщення додаткових акцій (паїв), виражені десятковим дробом відносно суми такої додаткової емісії;

✓ *зворотний грошовий потік (від підприємства інвестору-акціонеру) при залученні власного капіталу обмежений лише виплатою дивідендів, без повернення підприємством основної суми внеску, що визначає вигідність використання цього джерела підприємством, незважаючи на вищу його вартість.* Зворотний грошовий потік включає, як правило, тільки платежі процентів (на паї) і дивідендів (на акції) власникам. Це створює передумови для безпечного використання власного капіталу з позицій формування достатньої платоспроможності та фінансової стійкості підприємства, що й стимулює його готовність іти на вищу вартість залучення цього капіталу.

Оцінювання вартості власного капіталу передбачає розрахунок вартості таких його складових, як:

- 1) функціонуючий власний капітал;
- 2) нерозподілений прибуток останнього звітного періоду;
- 3) додатковий акціонерний капітал, що залучається через емісію:
 - ◆ привілейованих акцій;
 - ◆ простих акцій (додаткових паїв).

Вартість функціонуючого власного капіталу має найнадійніший базис розрахунку у вигляді звітних даних підприємства. Вартість функціонуючого власного капіталу підприємства у звітному періоді ($C_{\text{фвз}}$) визначається за такою формулою:

$$C_{\text{фвз}} = \frac{\Pi_{\text{ч}}^{\text{за}}}{\text{ВлК}_{\text{ср}}} \cdot 100 \%, \quad (8.12)$$

де $\Pi_{\text{ч}}^{\text{за}}$ — сума чистого прибутку, виплачена звичайним акціонерам (власникам) підприємства в процесі його розподілу за звітний період; $\text{ВлК}_{\text{ср}}$ — середня сума функціонуючого власного капіталу підприємства у звітному періоді.

Відповідно, вартість функціонуючого власного капіталу в плановому періоді ($C_{\text{фвп}}$) визначається так:

$$C_{\text{фвп}} = C_{\text{фвз}} \cdot \text{ПТВ}, \quad (8.13)$$

де ПТВ — плановий темп зростання виплат прибутку власникам на одиницю вкладеного капіталу, виражений десятковим дробом.

Вартість нерозподіленого прибутку останнього звітного періоду. Нерозподілений прибуток є капіталізованою частиною чистого прибутку поточного та минулих років, що згідно з інвестиційною політикою залишений на підприємстві з метою продуктивного застосування в господарському процесі і використовується як джерело створення (придбання) основних засобів, нематеріальних активів, поповнення оборотних коштів. Визначаючи вартість цього елемента власного капіталу, виходять з того, що якби він був виплачений власникам капіталу при його розподілі за результатами звітного періоду, то вони інвестували б його в будь-які об'єкти, і одержали б певний прибуток, який був би ціною цього інвестованого капіталу. Але власники віддали перевагу вкладанню цього прибутку у власне підприємство, отже, його ціною є запланована до розподілу сума чистого прибутку майбутнього періоду на частину капіталу, що інвестується. Інакше кажучи, вартість нерозподіленого прибутку ($C_{\text{н.п}}$) прирівнюється до вартості функціонуючого власного капіталу підприємства ($C_{\text{ф.в.п}}$) у плановому періоді:

$$C_{\text{н.п}} = C_{\text{ф.в.п}}. \quad (8.14)$$

Управління вартістю нерозподіленого прибутку визначається інвестиційною політикою підприємства.

Вартість додаткового акціонерного капіталу, що залучається через емісію акцій, розраховується диференційовано за привілейованими та за простими акціями. Вартість залучення додаткового капіталу за рахунок емісії привілейованих акцій визначається з урахуванням сталої величини дивідендів, що зафіксована у проспекті такої емісії та безпосередньо на самих акціях або їх сертифікатах. Особливістю процесу визначення вартості цього елемента капіталу є те, що обслуговування зобов'язань за привілейованими акціями багато в чому збігається з обслуговуванням зобов'язань за елементами позикового капіталу. Однак суттєвою відмінністю з позицій оцінювання вартості є те, що виплати позикових процентів відносяться на валові витрати (собівартість), і зменшують у такий спосіб, прибуток, що підлягає оподаткуванню, а сплата привілейованих дивідендів здійснюється за рахунок чистого прибутку підприємства (у разі його недостатності або відсутності — з резервного фонду товариства), тобто не мають «податкового щита». Крім виплати дивідендів, при випуску акцій підприємство також несе емісійні витрати (витрати розміщення), що становлять суттєву величину.

З урахуванням вказаних особливостей вартість додаткового капіталу, що залучається за рахунок емісії привілейованих акцій ($C_{\text{ап}}$), розраховується за формулою:

$$C_{\text{ап}}^* = \frac{D_{\text{ап}}}{K_{\text{ап}} \cdot (1 - EB_{\text{ап}})} \cdot 100 \%, \quad (8.15)$$

де $D_{\text{ап}}$ — сума дивідендів за привілейованими акціями, яку емітент зобов'язався виплачувати; $K_{\text{ап}}$ — сума капіталу, що залучається за рахунок емісії привілейованих акцій; $EB_{\text{ап}}$ — емісійні витрати на випуск і розміщення привілейованих акцій, виражені десятковим дробом відносно суми такої емісії.

Вартість залучення додаткового капіталу за рахунок емісії звичайних акцій ($C_{\text{даз}}$) є найбільшою, адже витрати щодо їх обслуговування не зменшують базу оподаткування прибутку, а премія за ризик по них має бути найвищою, тому що цей капітал у разі банкрутства підприємства захищений найменше. Вартість залучення додаткового капіталу за рахунок емісії звичайних акцій у плановому періоді визначається так:

$$C_{\text{даз}}^* = \frac{n_{\text{даз}} \cdot d_{\text{за}} \cdot \text{ПТВ}}{K_{\text{даз}} \cdot (1 - EB_{\text{за}})} \cdot 100 \%, \quad (8.16)$$

де $n_{\text{дза}}$ — кількість додатково емітованих звичайних акцій; $d_{\text{за}}$ — дивіденд, виплачений на одну звичайну акцію у звітному періоді або величина виплати процентів на одиницю паїв, гр.од.; ПТВ — плановий темп виплат дивідендів, виражений десятковим дробом; $K_{\text{дза}}$ — сума власного капіталу, залученого за рахунок емісії звичайних (простих) акцій або додаткових паїв, гр.од.; $ЕВ_{\text{за}}$ — емісійні витрати на випуск і розміщення додаткових звичайних акцій (паїв), виражені десятковим дробом відносно суми такої додаткової емісії акцій або додаткових паїв.

Позиковий капітал характеризує залучені для фінансування розвитку підприємства на поворотній основі кошти чи інші майнові цінності. Усі форми позикового капіталу, які використовує підприємство, є фінансовими зобов'язаннями, що підлягають погашенню в передбачені терміни. Оцінювання вартості *позикового капіталу* також має ряд особливостей, основними з яких є:

➤ *базовим показником вартості є ставка позикового процента за кредит, купонна ставка за облигацією тощо*, що визначені умовами кредитного договору, проспектом емісії або інших форм контрактних зобов'язань підприємства;

➤ *необхідність урахування податкового коректора ($1 - r_{\text{ппп}}$)*, де $r_{\text{ппп}}$ — ставка податку на прибуток підприємства, виражена десятковим дробом. Необхідність коригування пояснюється тим, що на відміну від виплат за акціонерним капіталом, які здійснюються з чистого прибутку, виплати з обслуговування позикового капіталу (проценти за кредит, купонні облигаційні виплати) відносять на валові витрати, що зменшує обсяг прибутку, який підлягає оподаткуванню, а відтак і величину податку на прибуток підприємства. Для визначення скоригованої вартості позикового джерела слід його номінальну вартість (визначену умовами кредитного договору) помножити на податковий коректор;

➤ *необхідність урахування витрат залучення позикових коштів* (витрати на формування і презентацію бізнес-планів використання позикових коштів, сплату одноразових комісій по кредитах; друк облигацій або їх сертифікатів, організацію емісії та розміщення облигацій серед інвесторів тощо) за допомогою коректора $\frac{1}{1 - ВЗ_i}$, де $ВЗ_i$ — рівень витрат залучення позикових коштів, виражений десятковим дробом відносно суми отриманих фінансових ресурсів;

➤ *вартість залучення позикового капіталу тісно пов'язана з рівнем кредитоспроможності підприємства*. Чим вищим є рівень кредитоспроможності підприємства за оцінкою кредитора

(його кредитний рейтинг на фінансовому ринку), тим нижча вартість позикового капіталу, що залучається цим підприємством. Найменша ставка процента за кредит у будь-якій його формі — це ставка «прайм-рейт», яка встановлюється для першокласних позичальників;

➤ залучення позикового капіталу передбачає не лише сплату позикових процентів за користування (відносяться до складу валових витрат і знижують суму прибутку, що підлягає оподаткуванню), а й погашення основної суми боргу за кредитами і позиками. При цьому джерелом погашення основних сум боргу є чистий прибуток підприємства, а у разі його недостатності — власний капітал.

Приклад 8.9

Знайдіть WACC новоствореного АТ «АгроІмпекс», структура капіталу якого є такою: прості акції — 65 %, привілейовані акції — 15 %, решта припадає на банківський кредит. На прості акції буде заплановано виплату дивідендів у розмірі 18 %, банку за надані кошти сплачується 15 %, а привілейовані акції емітовані із зобов'язанням у розмірі 16 % доходу. Витрати залучення джерел фінансування становлять: 0,8 % за простими та 1 % — за привілейованими акціями, а також 0,5 % — за отримання кредитних ресурсів. Ставка оподаткування для компанії становить 21 %.

Розв'язання

$$WACC = \sum_{i=1}^n C_i \cdot q_i = \frac{0,65 \cdot 18\%}{1 - 0,008} + \frac{(1 - 0,65 - 0,15) \cdot 15\% \cdot (1 - 0,21)}{1 - 0,005} + \frac{0,15 \cdot 16}{1 - 0,01} \approx 16,6\%$$

Зважаючи на особливості залучення та обслуговування різних джерел позикового капіталу, їх вартість доцільно оцінювати у розрізі таких елементів:

1. Вартість позикового капіталу, отриманого за допомогою фінансового кредиту:
 - ✓ банківського кредиту;
 - ✓ фінансового лізингу.
2. Вартість позикового капіталу, що залучається за рахунок емісії облігацій.

3. Вартість товарного (комерційного) кредиту:

- ✓ у формі короткострокового відстрочення оплати замовлення;
- ✓ у формі довгострокового відстрочення оплати замовлення,

з оформленням векселя.

4. Вартість внутрішньої кредиторської заборгованості.

Банківським кредитом в Україні вважається будь-яке зобов'язання банку надати певну суму грошей, будь-яка гарантія, будь-яке зобов'язання придбати право вимоги боргу, будь-яке продовження строку погашення боргу, яке надано в обмін на зобов'язання боржника щодо повернення заборгованої суми, а також на зобов'язання на сплату процентів та інших зборів з такої суми [6]. *Вартість банківського кредиту* ($C_{\text{бк}}$) обчислюють так:

$$C_{\text{бк}}^* = \frac{\text{ПП}_{\text{б.к}} \cdot (1 - r_{\text{ппп}})}{1 - \text{ВЗ}_{\text{бк}}}, \quad (8.17)$$

де $\text{ПП}_{\text{бк}}$ — ставка позикового процента за банківський кредит, %; $r_{\text{ппп}}$ — ставка податку на прибуток, виражена десятковим дробом; $\text{ВЗ}_{\text{бк}}$ — рівень витрат щодо отримання банківського кредиту до його суми, виражений десятковим дробом.

Управління вартістю банківського кредиту спрямоване на мінімізацію ставки позикового процента, зменшення комісійних виплат за кредит, зниження компенсаційного залишку на вимогу банку за незмінності суми кредиту, що залучається, і терміну його використання.

Вартість фінансового лізингу ($C_{\text{фл}}$), що є однією із сучасних форм залучення фінансового кредиту, визначається на основі ставки лізингових платежів за такою формулою:

$$C_{\text{лф}}^* = \frac{(r_{\text{лф}} - r_a) \cdot (1 - r_{\text{ппп}})}{1 - \text{ВЗ}_{\text{лф}}}, \quad (8.18)$$

$r_{\text{лф}}$ — річна лізингова ставка, %; r_a — річна норма амортизації активу, залученого на умовах фінансового лізингу, %; $\text{ВЗ}_{\text{фл}}$ — рівень витрат щодо залучення активу на умовах фінансового лізингу до вартості цього активу, виражений десятковим дробом.

Управління вартістю фінансового лізингу ґрунтується на двох критеріях:

- ✓ вартість фінансового лізингу не повинна перевищувати вартості інших альтернативних джерел фінансування;
- ✓ у процесі використання фінансового лізингу мають бути виявлені такі пропозиції, які мінімізують його вартість.

Вартість позикового капіталу, що залучається за рахунок емісії облігацій, оцінюється диференційовано, залежно від способу виплати процентного доходу за нею. Так, якщо сплата доходу власнику відбувається за рахунок періодичних купонних виплат, то оцінювання вартості здійснюється за формулою:

$$C_{o.k}^* = \frac{r_{кпо} \cdot (1 - r_{пнн})}{1 - EB_o}, \quad (8.19)$$

де $r_{кпо}$ — ставка купонного процента за облігацією, %; EB_o — рівень емісійних витрат відносно обсягу емісії, виражений десятковим дробом.

Сплата доходу інвестору за придбання облігації може відбуватися й інакше. При емісії облігація продається зі знижкою (дисконтом), а після закінчення обігу погашається за номінальною вартістю. Наприклад, при первинному розміщенні облігація продавалася за 800 грн, а в момент закінчення строку обігу інвестору поверталася її повна номінальна вартість 1000 грн. Отже, дисконт (дохід інвестора) становив 200 грн.

За дисконтного способу виплати доходу інвестору вартість капіталу, залученого через емісію облігацій, обчислюється так:

$$C_{од}^* = \frac{D_{cp} \cdot (1 - r_{пнн})}{(H_o - D_{cp}) \times (1 - EB_o)}, \quad (8.20)$$

де D_{cp} — середньорічна сума дисконту за облігацією; H_o — номінал облігації, що підлягає погашенню.

Управління вартістю капіталом, що залучається зводиться до розроблення відповідної емісійної політики, що забезпечує повну реалізацію облігацій, які емітуються в умовах, не вище середньоринкових.

Вартість товарного (комерційного) кредиту оцінюється в розрізі двох форм його надання: з короткостроковим відстроченням платежу та довгостроковим відстроченням, оформленим векселем. На перший погляд короткострокове відстрочення платежу за поставленими ресурсами виглядає як безкоштовно надана постачальником фінансова послуга. Однак умови розрахунків за поставлені ресурси можуть не лише давати право на відтермінування оплати замовлення, а й передбачати стимулювання покупця до негайної оплати виставленого йому рахунку через надання знижки. Відмовляючись від негайної оплати замовлення, покупець, тим самим, втрачає право на знижку, оплачуючи повну вар-

тість поставлених товарів наприкінці терміну відстрочення. Саме тому вартість такого товарного кредиту оцінюється розміром втраченої знижки.

Приклад 8.10

За умовами договору покупцю дозволяється здійснити оплату поставленої йому продукції протягом 1 міс. з дати виставлення йому рахунку. Однак, якщо оплата буде здійснена негайно в день поставки, то замовник отримує 2 % знижки. Остання і буде становити місячну вартість залученого товарного кредиту, перевівши яку в еквівалент річної, отримаємо:

$$\frac{2\% \cdot 365 \text{ дн.}}{30 \text{ дн.}} \approx 24,33\% \text{ річних.}$$

Отже, на перший погляд безкоштовна операція може виявитися одним з найдорожчих щодо вартості залучення джерелом позикового капіталу. Розрахунок вартості товарного кредиту, наданого у формі короткострокового відстрочення платежу, здійснюється за формулою:

$$C_{\text{ткк}} = \frac{\text{ЦЗ} \cdot 365}{t_{\text{відстр}}}, \quad (8.21)$$

де ЦЗ — розмір цінової знижки при здійсненні платежу готівкою або у ранні строки, %; $t_{\text{відстр}}$ — період надання відстрочки платежу за продукцію у днях.

Основу управління залученням у такий спосіб короткострокових позикових коштів становить обов'язкове оцінювання вартості в еквіваленті річної процентної ставки за кожним наданим товарним кредитом і її порівняння з вартістю залучення банківського кредиту на аналогічний термін. Практика показує, що в багатьох випадках вигідніше взяти банківський кредит для постійної негайної оплати продукції і одержання відповідної цінової знижки, ніж користуватися такою формою кредитування.

Вартість товарного кредиту у формі довгострокової відстрочки платежу з оформленням векселя ($C_{\text{ткв}}$) визначається так:

$$C_{\text{ткв}}^* = \frac{r_{\text{кв}} \cdot (1 - r_{\text{ппп}})}{1 - \text{ЦЗ}_{\text{д}}}, \quad (8.22)$$

де $r_{\text{кв}}$ — процентна ставка за вексельний кредит, %; ЦЗ_д — розмір цінової знижки, наданої постачальником при здійсненні платежу готівкою або у ранні строки, виражений десятковим дробом.

Управління вартістю цієї форми товарного кредиту, як і банківської, зводиться до пошуку варіантів, які ведуть до мінімізації розмірів цієї вартості.

Вартість внутрішньої кредиторської (поточної) заборгованості підприємства (по зарплаті, з внутрішніх розрахунків, з дочірніми або афілійованими підприємствами тощо) при визначенні середньозваженої вартості капіталу прирівнюється до нуля, адже вона є безкоштовним джерелом фінансування підприємства, тобто:

$$C_{\text{свк}} = 0. \quad (8.23)$$

Приклад 8.11

На основі даних таблиці визначимо середньозважену вартість капіталу ПуАТ «Ренесанс».

Таблиця 8.5

СЕРЕДНЬОРІЧНІ ПАРАМЕТРИ ПАСИВУ БАЛАНСУ ПуАТ «Ренесанс»

Стаття пасиву	Значення параметрів	
	обсяг джерела, тис. грн	вартість використання джерела, %
<i>1. Власний капітал, усього в т. ч.</i>	3470	—
• <i>прості акції</i>	2000	20
• <i>привілейовані акції</i>	500	14
• <i>інші елементи власного капіталу</i>	970	20*
<i>2. Забезпечення наступних витрат і платежів</i>	100	10**
<i>3. Довгострокова заборгованість, усього в т. ч.</i>	3200	
✓ <i>довгострокові кредити банків</i>	3000	16
✓ <i>відстрочені податкові зобов'язання</i>	200	0

* Вартість інших елементів власного капіталу (додатковий, резервний капітал, нерозподілений прибуток минулих років тощо), а також доходів майбутніх періодів прирівнюється до вартості власного капіталу, залученого через емісію простих акцій

** Вартість джерела «Забезпечення наступних витрат і платежів», зважаючи на його специфічність, доцільно прийняти на рівні поточної рентабельності активів та не коригувати на податковий коректор

Закінчення табл. 8.5

Стаття пасиву	Значення параметрів	
	обсяг джерела, тис. грн	вартість використання джерела, %
4. Поточні зобов'язання, всього в т.ч.	4720	—
• короткострокові кредити банків	1700	14
• кредиторська заборгованість	3020	0,5
5. Доходи майбутніх періодів	0	20*
Всього пасивів	11 490	—

Середня ставка оподаткування прибутку підприємства очікується на рівні 21 %.

Розв'язання

Стаття пасиву	Значення параметра	
	частка джерела, q_i	зважена вартість використання джерела, $C_i^* \cdot q_i, \%$
1. Власний капітал в т.ч.		
• прості акції	$\frac{2000}{11\,490} \approx 0,174$	$20 \cdot 0,174 = 3,48$
• привілейовані акції	$\frac{500}{11\,490} \approx 0,044$	$14 \cdot 0,044 = 0,616$
• інші елементи власного капіталу	$\frac{970}{11\,490} \approx 0,084$	$20 \cdot 0,084 = 1,68$
2. Забезпечення наступних витрат і платежів	$\frac{100}{11\,490} \approx 0,009$	$10 \cdot 0,009 = 0,09$
3. Довгострокова заборгованість, в т.ч.		

Закінчення табл.

Стаття пасиву	Значення параметра	
	частка джерела, q_i	зважена вартість використання джерела, $C_i^* \cdot q_i, \%$
✓ довгострокові кредити банків	$\frac{3000}{11\,490} \approx 0,261$	$16 \cdot (1 - 0,21) \times 0,261 = 3,3$
✓ відстрочені податкові зобов'язання	$\frac{200}{11\,490} \approx 0,017$	$0 \cdot (1 - 0,21) \times 0,017 = 0$
4. Поточні зобов'язання, в т.ч.		
• короткострокові кредити банків	$\frac{1700}{11\,490} \approx 0,148$	$14 \cdot (1 - 0,21) \times 0,148 = 1,637$
• кредиторська заборгованість	$\frac{3020}{11\,490} \approx 0,263$	$0,5 \cdot (1 - 0,21) \times 0,263 = 0,104$
5. Доходи майбутніх періодів	0	$20 \cdot 0 = 0$
Разом	1,000	10,907

Отже, середньозважена вартість капіталу ПуАТ «Ренесанс» становить 10,907 %.

Резюме теми

Визначальною характеристикою підприємства є витратність його функціонування, що є одним з базових детермінантів ефективності його діяльності. Основними аспектами діагностики витратності підприємства є: оцінювання обсягів і структури витрат, аналіз собівартості продукції, визначення критичного обсягу виробництва і реалізації продукції, оцінювання параметрів левериджу та ідентифікація вартості капіталу.

Аналізуючи динаміку обсягів і структури витрат, оцінюють їх у розрізі: сукупних витрат і витрат діяльності; витрат на виробництво та збут продукції; операційних витрат на виробництво продукції; бюджету організації та її структурних підрозділів; повної собівар-

тості та калькуляційних статей тощо. Фактичні обсяги витрат за період порівнюють з їх плановими величинами, обсягами витрат за попередні періоди або за аналогічними об'єктами. Важливим індикатором, що дозволяє казати про динаміку результативності витрат, є зіставлення темпів зростання чистої виручки та сукупних витрат на виробництво і збут продукції, а також витрати на 1 грн реалізованої продукції, матеріаломісткість, енергомісткість тощо.

Критичний обсяг (точка беззбитковості) відображає мінімальну величину виробництва і реалізації продукції, при перевищенні якої підприємство починає отримувати прибуток. Критичний обсяг виробництва і реалізації продукції може бути визначений у натуральних і вартісних одиницях. На цьому етапі також розраховують коефіцієнт безпеки виробництва, що характеризує віддаленість від зони збитків.

Наявність постійних операційних і фінансових витрат зумовлює формування ефекту левериджу. Для менеджерів підприємства з метою прогнозування можливих наслідків зміни масштабів діяльності важливою є кількісна характеристика реакції цільових показників (операційний прибуток до сплати процентів і податку на прибуток, прибуток на акцію) на зміну обсягів реалізації продукції. Це дають змогу оцінити показники сили операційного, фінансового та сукупного важелів.

Важливим фінансовим показником підприємства та об'єктом управлінського впливу є вартість капіталу підприємства, що являє собою усереднену процентну ставку, під яку залучається капітал з різних джерел. На практиці визначають середньозважену вартість капіталу, що є сумою добутків скоректованої вартості окремих його складових на їх частку у сукупній сумі джерел фінансування. Обчислення вартості капіталу має свої особливості для елементів власного та позикового капіталу та окремих їх складових, зокрема вартість елементів позикового капіталу має коригуватися, у тому числі, на податковий коректор.



Питання для самоконтролю

- 1. За якими напрямками здійснюється дослідження витратності діяльності підприємства?*
- 2. Які інформаційні джерела можуть бути використані для діагностики витратності діяльності підприємства?*

3. Які аспекти діагностики обсягів і структури витрат?
4. Як здійснюється дослідження собівартості продукції?
5. Що відображає критичний обсяг виробництва і реалізації продукції? Як цей показник може бути обчислений?
6. Чим пояснюється існування ефекту левериджу?
7. Що таке операційний важіль та як вимірюють його силу?
8. Що таке фінансовий важіль і як обчислити його силу?
9. Що показує сила сукупного важеля та як її розрахувати?
10. Що таке вартість капіталу підприємства та які фактори на неї впливають?
11. Як обчислити вартість елементів власного капіталу підприємства?
12. Які особливості та аспекти оцінювання вартості позикового капіталу суб'єкта господарювання?



Тестові запитання

1. До комплексних та непрямих витрат слід віднести ...
 - a) матеріальні витрати;
 - b) загальновиробничі витрати;
 - c) відрахування на соціальні потреби;
 - d) витрати на утримання й експлуатацію машин і устаткування;
 - e) оплату праці виробників.

2. До надзвичайних витрат відносять ...
 - a) витрати на реалізацію позаоборотних активів, фінансових інвестицій;
 - b) витрати на виробництво продукції, втрати від знецінення, курсові різниці;
 - c) витрати на залучення кредитних ресурсів і сплату процентів за користування ними;
 - d) втрати від стихійних лих, пожеж, аварій.

3. Коефіцієнт маржинального прибутку розраховується як ...
 - a) відношення різниці між сукупними витратами і прибутком до величини сукупних витрат;

- b) відношення різниці між сукупною виручкою та сукупними постійними витратами до величини сукупної виручки;
- c) відношення різниці між сукупною виручкою та сукупними змінними витратами до величини сукупної виручки;
- d) ваш варіант відповіді.

4. За рік підприємство витрачає на оренду 640 тис. грн, а на управління — 250 тис. грн. Річні змінні витрати становлять 1240 тис. грн. Заплановано виробити й реалізувати продукції на 2870 тис. грн. Критичний обсяг виробництва і реалізації продукції становить ...

- a) 1290 тис. грн;
- b) 1567,06 тис. грн;
- c) 1797,4 тис. грн;
- d) 2183,1 тис. грн;
- e) ваш варіант відповіді.

5. Підприємство виготовляє один вид продукції, відпускна ціна одиниці якого становить 250 грн/виріб. Яку кількість виробів заплановано виготовити, якщо коефіцієнт безпеки виробництва становить 0,4, а точка беззбитковості у вартісному вираженні становить 300 тис. грн:

- a) 1000 виробів;
- b) 2000 виробів;
- c) 3000 виробів;
- d) 5000 виробів;
- e) ваш варіант відповіді?

6. Сукупна сума постійних витрат становить 600 тис. грн. Середні змінні витрати на виріб складають 100 грн. Відпускна ціна виробу — 140 грн/шт. Визначте такий обсяг виробництва і реалізації продукції, який забезпечить отримання прибутку обсягом 80 тис. грн:

- a) 15 шт.;
- b) 17 шт.;
- c) 15 000 шт.;
- d) 17 000 шт.;
- e) ваш варіант відповіді.

7. Сукупна сума постійних витрат становить 800 тис. грн. Середні змінні витрати на виріб складають 50 грн. Відпускна ціна виробу — 70 грн/шт. Виробничою програмою передбачено ви-

готовити 60 000 виробів. Отже, коефіцієнт безпеки виробництва складає ...

- a) 0,15;
- b) 0,333;
- c) 0,5;
- d) 0,993;
- e) ваш варіант відповіді.

8. Підприємство виробляє три види виробів: А, Б та В. Трудомісткість виготовлення виробів складає, відповідно, 0,75; 0,8 і 0,45 нормо-год/виріб. Сума непрямих постійних витрат підприємства складає 1000 тис. грн. Виходячи з цих даних, за рахунок собівартості виробу Б буде відшкодовано непрямих витрат на суму ...

- a) 333 тис. грн;
- b) 375 тис. грн;
- c) 400 тис. грн;
- d) 800 тис. грн;
- e) ваш варіант відповіді.

9. Низьке значення DOL свідчить про ...

- a) високий рівень ризику операційної діяльності підприємства;
- b) низький рівень ризику фінансової діяльності підприємства;
- c) низький рівень ризику операційної діяльності підприємства;
- d) високий рівень ризику фінансової діяльності підприємства.

10. Внаслідок збільшення виручки підприємства з 1200 тис. грн до 1800 тис. грн, обсяг операційного прибутку до сплати позикових процентів і податку на прибуток (ЕВІТ) збільшився з 250 тис. грн. до 500 тис. грн. Виходячи з цих даних, сила операційного важеля (DOL) становить ...

- a) 0,42;
- b) 2;
- c) 2,4;
- d) 3,33;
- e) альтернативний варіант відповіді.

11. Внаслідок зменшення обсягу операційного прибутку до сплати позикових процентів та податку на прибуток підприємства (ЕВІТ) з 1000 тис. грн до 800 тис. грн, величина прибутку на акцію скоротилася з 60 до 45 грн/акцію. Виходячи з цих даних, сила фінансового важеля (DFL) становить ...

- a) 0,075;

- b) 0,8;
- c) 1,25;
- d) 1,32;
- e) 13,3;
- f) альтернативний варіант відповіді.

12. Сила сукупного важеля показує ...

- a) відсоткову зміну прибутку на акцію фірми за одновідсоткової зміни обсягу операційного прибутку;
- b) відсоткову зміну обсягу операційного прибутку за 1 %-ї зміни обсягу продажу;
- c) відсоткову зміну прибутку на акцію в результаті 1 %-ї зміни обсягу продажу;
- d) відсоткову зміну операційного важеля в результаті 1 %-ї зміни обсягу продажу

13. Середньозважена вартість капіталу (WACC) — це ...

- a) середня за період величина активів підприємства;
- b) середня процентна ставка, під яку підприємство залучає фінансові ресурси з різних джерел;
- c) середній за період обсяг активів і пасивів, що знаходяться в розпорядженні підприємства;
- d) процентна ставка, яку компанія вимушена забезпечувати її власникам

14. При визначенні середньозваженої вартості капіталу (WACC) підприємства податковий коректор ...

- a) застосовується для коригування вартості елементів власного капіталу;
- b) застосовується для коригування вартості елементів позикового капіталу;
- c) не застосовується взагалі.

15. WACC компанії становить 14,48 %, вартість власного капіталу, на який припадає 70 % джерел фінансування, складає 14 %. Якщо ставка податку на прибуток 22 %, то яка номінальна вартість позикового капіталу?

- a) 0,48 %;
- b) 6,84 %;
- c) 20 %;
- d) 21,27 %;
- e) 27,04 %.



Задача 8.1

ПуАТ «Тепло-Плюс» виготовляє газові конвектори для дачних будинків. Віднесіть наведені нижче витрати до однієї з таких категорій:

Категорія витрат

Прямі матеріальні витрати
Прямі витрати на оплату праці персоналу
Загальновиробничі витрати
Адміністративні витрати

Затрати на збут

Витрати

- Заробітна плата відділу бухгалтерії.
- Електронні реле регулювання подачі газу.
- Витрати на рекламування продукції товариства.
- Заробітна плата робітників складального цеху.
- Оплата телефонного зв'язку та доступу до Інтернету.
- Канцелярські товари у планово-економічний відділ.
- Опалення приміщення заводууправління.
- Нарахована амортизація технологічного обладнання.
- Витрати на гарантійний ремонт конвекторів.

Задача 8.2

За даними бухгалтерської звітності ПрАТ «Дублер» проаналізуйте динаміку: а) обсягів і структури операційних витрат на виробництво продукції; б) сукупних витрат на виробництво і реалізацію продукції; в) динаміку питомих витрат на 1 грн реалізованої продукції.

Задача 8.3

Обчисліть критичні обсяги виробництва і реалізації продукції за виробами X , Y та Z . Сукупна сума непрямих постійних витрат по підприємству складає 1800 тис. грн і згідно з обліковою політикою розподіляється пропорційно сукупним прямим витратам на виробництво і реалізацію продукції. Відомо, що прямі постійні витрати на кожен вид продукції становлять, відповідно, 380 тис. грн, 760 тис. грн та 450 тис. грн. Змінні прямі витрати за видами продукції становлять 100 грн/од., 142 грн/од. та 116 грн/од. Всього у плановому періоді планується виготовити і реалізувати 70 тис. од. X , 50 тис. од. Y та 65 тис. од. Z . Чиста відпускна ціна за

виробами планується на рівні: 125 грн/од. по X, 160 грн/од. по Y та 130 грн/од. по Z.

Задача 8.4

Розв'яжіть задачу, дайте пояснення. У звітному році ПуАТ «Мегабуд» реалізувало продукції на суму 18 000 тис. грн, валові операційні витрати при цьому становили 14 200 тис. грн, з яких 75 % припало на змінні. Для фінансування своєї діяльності компанія використовує позикові кошти обсягом 5000 тис. грн, привілейовані акції, номінальна емісійна вартість яких становить 2000 тис. грн, решта ж (6500 тис. грн) припадає на інші елементи власного капіталу. Середня величина позикового процента для товариства оцінюється на рівні 15 %, а обіцяний дивідендний дохід на привілейовані акції становить 20 %. Ставка податку на прибуток підприємства складає 22 %. Обчисліть силу операційного, фінансового та сукупного важелів. Якщо у наступному році прогнозується зростання обсягу продажу на 12 %, то як зміниться величина операційного прибутку до сплати позикових процентів та податку на прибуток, рівень прибутку на звичайну акцію? Як зміняться ці показники у разі зменшення обсягу реалізації на 5 %?

Задача 8.5

Сила операційного важеля ТОВ «Новотех» за поточного рівня виробництва і продажу, що складає 20 тис. виробів, становить 2,5. При цьому обсяг операційного прибутку до сплати позикових процентів і податку на прибуток дорівнює 480 тис. грн. Якою буде величина операційного прибутку до сплати позикових процентів та податку на прибуток, якщо обсяг виробництва і продажу зросте до 23 тис. виробів? А у разі зменшення обсягу реалізації на 16 %?

Задача 8.6

Знайдіть WACC новоствореного ПуАТ «Дормаш», структура капіталу якого є такою: прості акції — 62 %, банківський кредит — 27 %, решта припадає на привілейовані акції. На прості акції заплановано виплату дивідендів у розмірі 14 %, банку за надані кошти сплачується 21 %, а привілейовані акції емітовані із зобов'язанням на рівні 15 % доходу. Витрати залучення джерел фінансування становлять: 1,2 % за простими та 1,5 % — за при-

вілейованими акціями, а також 0,75 % — на отримання кредитних ресурсів. Ставка оподаткування для компанії становить 21 %.

Задача 8.7

Капітал ТОВ «Туріон» на дату оцінки характеризується коефіцієнтом «відношення борг/власний капітал» 0,35, а його вартість становить 22,6 %. У наступному році компанія планує збільшити частку позикового капіталу до 31,6 % при зростанні його вартості (без податкового коригування) з 16,3 % у звітному, до 17,4 % у наступному році. Вартість сукупного капіталу передбачається втримати на рівні звітного року. Ставка податку на прибуток компанії становить 22 %. Ідентифікуйте динаміку вартості власного капіталу протягом двох років.

Задача 8.8

Середньозважена вартість капіталу JSC«Digital Media» становить 10,98 %. Вартість власного капіталу складає 14,68 %. На боргові джерела фінансування (банківські кредити) припадає 39,02 %, решта — на власний капітал. Якою є вартість позикового капіталу компанії, якщо ставка її оподаткування становить 40 %?

Задача 8.9

Для того щоб зменшити іммобілізацію оборотних коштів у дебіторській заборгованості, ТОВ «Олімпія» розглядає можливість надання клієнтам 1,5 %-ї знижки за ранню оплату поставленої продукції. Такий захід, за оцінками фінансово-кредитного відділу товариства, дозволить скоротити середню тривалість оплати виставлених рахунків з 42 до 23 днів. Чи буде для ТОВ «Олімпія» вигідною така знижка, якщо воно може отримати короткостроковий кредит у банку під 18 % річних? Якою є величина максимальної знижки, що була б вигідною компанії за вказаної ставки позикового процента та терміну зменшення тривалості оплати рахунків?

Задача 8.10

На основі даних таблиці визначте середньозважену вартість капіталу ПуАТ «Прометей».

Таблиця 8.6

СЕРЕДНЬОРІЧНІ ПАРАМЕТРИ ПАСИВУ БАЛАНСУ ПуАТ «Прометей»

Стаття пасиву	Значення параметра	
	обсяг джерела, тис. грн	вартість використання джерела, %
1. Власний капітал, всього в т. ч.	2120	—
• прості акції	1500	14
• привілейовані акції	—	—
• інші елементи власного капіталу	620	14
2. Забезпечення наступних витрат і платежів	—	—
3. Довгострокова заборгованість, усього в т. ч.	300	
✓ довгострокові кредити банків	275	21
✓ відстрочені податкові зобов'язання	25	0
4. Поточні зобов'язання, всього в т. ч.	895	
• короткострокові кредити банків	370	16
• кредиторська заборгованість	525	0
5. Доходи майбутніх періодів	10	14
Всього пасивів	3325	—

Середня ставка оподаткування прибутку підприємства очікується на рівні 16 %.



Завдання для написання дипломних робіт

1. Опишіть специфіку управління витратами на підприємстві: як здійснюється планування, облік, аналіз, прогнозування витрат (які відділи цим займаються; кількість персоналу, що цим займається; яка прогресивність використовуваних методів та інструментів діяльності тощо).

2. Проаналізуйте динаміку а) обсягів та структури операційних витрат на виробництво продукції; б) обсягів і структури сукупних витрат на виробництво і реалізацію продукції; в) динаміку питомих витрат на 1 грн реалізованої продукції.

3. Ідентифікуйте показники критичного обсягу виробництва і реалізації продукції в цілому для підприємства та за найважливішими видами продукції.

4. Висвітліть заходи, спрямовані на оптимізацію витрат, які були здійснені підприємством протягом аналізованого періоду: актуальність, мета, вартість, джерела фінансування, виконавці та результати вжитих заходів.

5. Визначте використовувані підприємством методи формування фінансових ресурсів.

6. Ідентифікуйте базові умови залучення підприємством позикових коштів (умови отримання коштів, процентна ставка, необхідність застави, особливості погашення тощо).

7. Опишіть процес формування статутного капіталу на підприємстві (для акціонерного товариства: обсяг емісії, обсяг статутного капіталу, кількість акцій, номінальна вартість акції, тип та наслідки підписки тощо).

8. Обчисліть середньозважену вартість капіталу підприємства.

Тема

9

ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ключові поняття і терміни

- ефективність;
- прибутковість;
- рентабельність;
- вартість підприємства;
- конкурентоспроможність підприємства;
- збалансована система показників

9.1. Аналіз прибутковості діяльності підприємства.

9.2. Оцінювання ефективності формування і використання акціонерного капіталу компанії.

9.3. Оцінювання вартості підприємства.

9.4. Оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

9.5. Моделі інтегрованого оцінювання ефективності діяльності підприємства.

Вивчивши матеріал цієї теми, ви будете **знати**:

- ✓ мету, джерела інформації та аспекти діагностики ефективності діяльності підприємства;
- ✓ завдання, аспекти діагностування та ключові індикатори прибутковості діяльності підприємства;
- ✓ цілі, напрями дослідження, джерела вихідних даних та основні індикатори ефективності процесів формування та експлуатації акціонерного капіталу компанії;

- ✓ сутність і значення вартості підприємства у сучасній економічній науці та практиці господарювання;
- ✓ сутність методичних підходів до визначення вартості підприємства, а також умови доцільності їх застосування;
- ✓ зміст та технологію ідентифікації рівня конкурентоспроможності підприємства,

а також *уміти*:

- ✓ ідентифікувати та тлумачити динаміку обсягів і структури фінансових результатів суб'єкта господарювання, обчислювати показники рентабельності;
- ✓ оцінювати рівень податкового навантаження, аналізувати розподіл прибутку та виявляти резерви підвищення прибутковості діяльності підприємства;
- ✓ діагностувати перспективи компанії щодо успішної емісії пайових цінних паперів та оцінювати ефективність формування акціонерного капіталу;
- ✓ аналізувати дивідендну політику та досліджувати ефективність акціонерного товариства з поглядів його власників, керівництва та фондового ринку;
- ✓ розраховувати вартість підприємства за допомогою методів майнового, дохідного та порівняльного підходів;
- ✓ визначати рівень конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Існування головної економічної проблеми узгодження обмеженості ресурсів з безмежністю потреб людства вимагає від підприємницьких структур ефективного господарювання. Кожне підприємство повинно використовувати отримані ресурси у найкращий спосіб, інакше воно програє конкурентну боротьбу, не матиме ні можливості, ні права на продовження свого існування. Саме тому питання сутності ефективності, її ідентифікації та підвищення рівня є одним з головних у економічних дослідженнях.

Ефективність — це відносна міра досягнення необхідного результату (ефекту) за відповідного використання ресурсів. Ознакою ефективної діяльності підприємства як складної соціально-економічної системи є досягнення завдань функціонування з найменшими витратами суспільної праці. Аспекти оцінювання ефективності діяльності підприємства наведено на рис. 9.1.

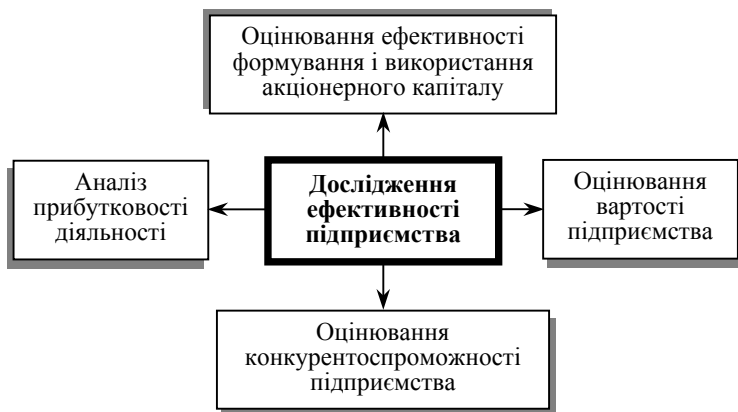


Рис. 9.1. Аспекти дослідження ефективності підприємства

Оцінювання ефективності будь-якої діяльності має надавати можливість виявляти зони докладання недостатніх зусиль, слабину суб'єктів цієї діяльності. Виявлені огріхи слугуватимуть основними напрямками вдосконалення цього процесу.

9.1. Аналіз прибутковості діяльності підприємства

Для суб'єкта господарювання, що діє в економічній системі, побудованій на ринкових засадах функціонування, цільовим абсолютним результатом діяльності є прибуток. Отримуючи достатні обсяги прибутку, підприємство спроможне задовольняти потреби власників, трудового колективу, держави, забезпечувати високий рівень власної конкурентоспроможності, сприяючи у такий спосіб розв'язанню основних соціально-економічних проблем суспільства. Зважаючи на розмаїття видів, *прибуток* можна визначити як частину певного доходу, що залишається після вирахування відповідних витрат, здійснених для отримання такого доходу.

Метою аналізу прибутковості є відслідковування виконання планів з отримання прибутку, визначення раціональності його розподілу та ідентифікація напрямів підвищення ефективності функціонування підприємства. Джерелами вихідної інформації, необхідної для здійснення аналізу прибутковості підприємства, є

форми бухгалтерської звітності: Форма № 2 «Звіт про фінансові результати» та примітки до неї, Форма № 1 «Баланс», а також калькуляції собівартості продукції.

Основні аспекти діагностики прибутковості підприємства відображено на рис. 9.2.

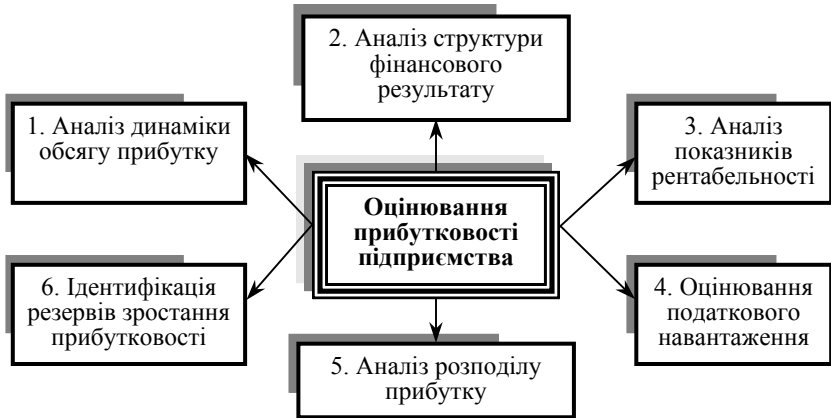


Рис. 9.2. Основні напрями дослідження прибутковості підприємства

На першому етапі діагностики прибутковості підприємства оцінюють динаміку обсягів балансового (фінансового результату до оподаткування — р. 170, 175 форми № 2) та чистого (р. 220, 225 форми № 2) прибутку (збитку). При цьому бажаним є зростання позитивних обсягів фінансового результату.

На даному етапі також порівнюють індекси зростання основних фінансових параметрів підприємства — активів, чистої виручки та фінансового результату (прибутку). Позитивним моментом має бути дотримання такою нерівності:

$$I_a \leq I_{вч} \leq I_{п}, \quad (9.1)$$

де $I_a, I_{вч}, I_{п}$ — індекси динаміки, відповідно, середньорічної величини активів, чистої виручки та прибутку підприємства.

Приклад 9.1

Зіставимо вказані основні фінансові параметри ПуАТ «Авангард»:

Показник	Значення за:		Індекс зміни показника
	x0 рік, тис. грн	x1 рік, тис. грн	
1. Середньорічний обсяг актівів	$\frac{37\ 646 + 43\ 159}{2} = 40\ 402,5$	$\frac{43\ 159 + 44\ 285}{2} = 43\ 722$	$\frac{43\ 722}{40\ 402,5} \approx 1,082$
2. Обсяг чистої виручки	59 899	62 249	$\frac{62\ 249}{59\ 899} \approx 1,039$
3. Обсяг фінансового результату до оподаткування	2868	2413	$\frac{2413}{2868} \approx 0,841$

Результати розрахунків відображають негативну тенденцію до погіршення ефективності діяльності підприємства протягом аналізованого періоду: $I_a > I_{вч} > I_{п}$.

Важливим аспектом оцінювання прибутковості є аналіз структури фінансового результату, який дозволяє досліднику отримати уявлення про його якість. Ознакою високої якості є суттєве переважання у структурі сукупного фінансового результату частки від основного виду діяльності. Також бажаним є одержання прибутку, що зумовлене зростанням фізичних обсягів продажу (на відміну від випадку, коли основною причиною є підвищення відпускних цін без відповідного збільшення натуральних обсягів реалізації), зростання фінансових результатів від виробництва і реалізації нової, модернізованої або екологічно безпечної продукції тощо.

Структуру фінансового результату суб'єкта господарювання можна подавати у розрізі:

- видів діяльності;
- структурних підрозділів або територіально та організаційно відокремлених відділень, філій, дочірніх підприємств;
- окремих продуктів і товарних груп тощо.

Зокрема, за видами діяльності, враховуючи існуючу бухгалтерську технологію обліку фінансових результатів і логіку господарювання, сукупний фінансовий результат до оподаткування промислового підприємства може бути поданий як алгебраїчна сума елементів:

- ✓ фінансовий результат від основної діяльності;
- ✓ результат від іншої операційної діяльності;

- ✓ результат від фінансової діяльності;
- ✓ результат від іншої звичайної (інвестиційної) діяльності;
- ✓ результат від надзвичайних подій.

Технологію такої структуризації подано на рис. 9.3.

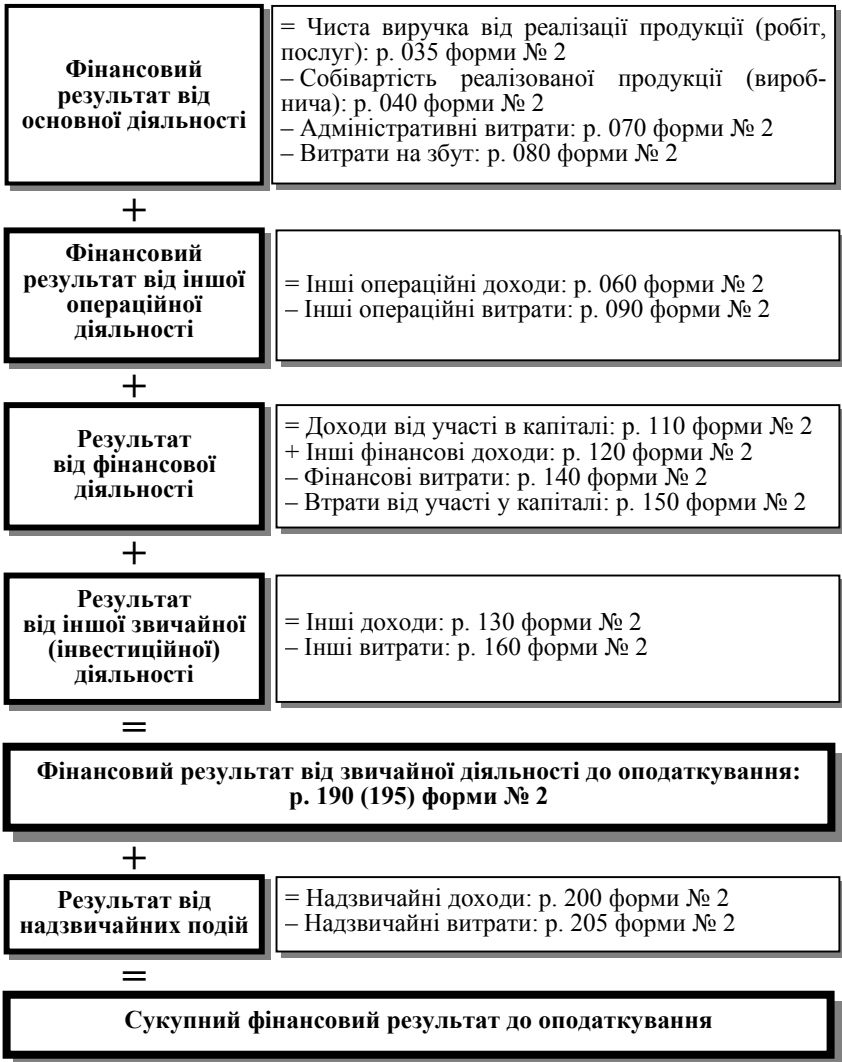
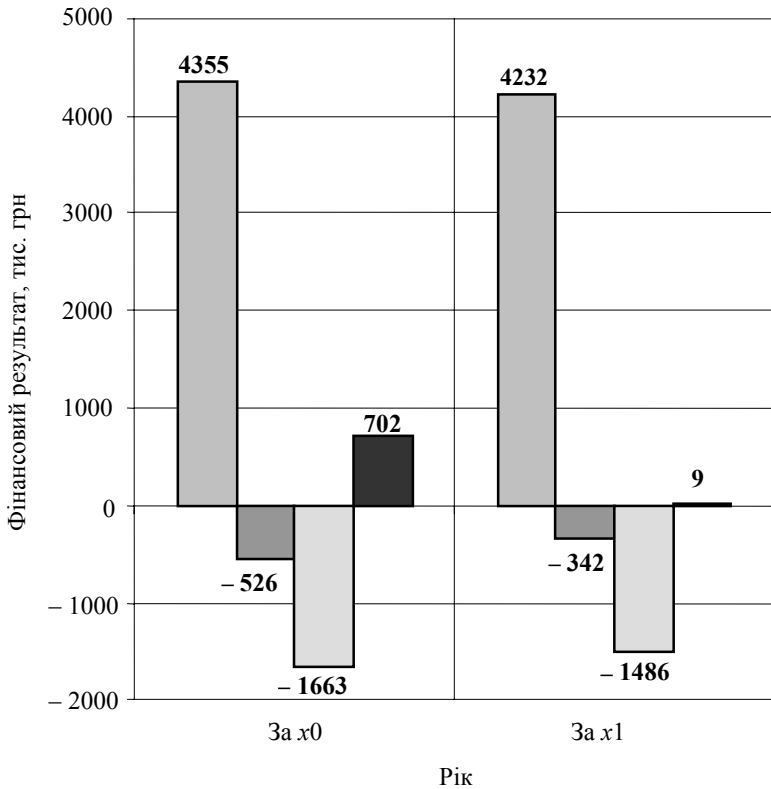


Рис. 9.3. Структуризація сукупного фінансового результату до оподаткування за видами діяльності

Приклад 9.2

Проаналізуємо структуру фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування на прикладі ПуАТ «Авангард»:



- Прибуток від основної діяльності
- Результати від іншої операційної діяльності
- Результати від фінансової діяльності
- Результат від інвестиційної діяльності

Рис. 9.4. Динаміка обсягів і структури фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування ПуАТ «Авангард» у x_0 — x_1 рр., тис. грн

Як видно з рисунку, основний внесок у результати товариства робить саме основна діяльність. Разом з тим, протягом аналізованого періоду в ПуАТ «Авангард» спостерігалися такі негативні зміни:

- ✓ скорочення прибутку від звичайної діяльності до оподаткування (з 2868 тис. грн до 2413 тис. грн);
- ✓ зменшення фінансового результату від основної та іншої звичайної (інвестиційної) діяльності;
- ✓ стали збитки від іншої операційної та фінансової діяльності, хоча у x1 році вони децю й скоротилися.

Однак абсолютна величина фінансового результату не є адекватним вимірником ефективності господарювання. Адже, наприклад, прибуток у 100 тис. грн може бути беззаперечним успіхом для одного підприємства, і абсолютним провалом для іншого. Підґрунтям для винесення рішення про ефективність функціонування суб'єкта господарювання є порівняння отриманого фінансового результату із застосованими для його одержання ресурсами. У результаті такого зіставлення отримують показники рентабельності.

Рентабельність — це відносний показник ефективності діяльності, що розраховується як помножене на 100 відсотків відношення величин прибутку до застосованих для його отримання ресурсів (здійснених витрат). Зважаючи на необхідність ідентифікації ефективності діяльності у різноманітних її аспектах, у теорії та практиці господарювання обчислюють багато модифікацій показника рентабельності, основні з яких наведено в табл. 9.1.

Таблиця 9.1

ТЕХНОЛОГІЯ ОБЧИСЛЕННЯ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ

Показник	Формула
1. Рентабельність активів	$P_a = \frac{\Pi_{до}}{A_{ср}} \cdot 100 \%,$ <p>де $\Pi_{до}$ — обсяг прибутку до оподаткування (р. 170 (175) форми № 2); $A_{ср}$ — середньорічний обсяг активів (р. 280 балансу)</p>
2. Рентабельність власного капіталу	$P_{ВлК} = \frac{\Pi_ч}{ВлК_{ср}} \cdot 100 \%,$ <p>де $\Pi_ч$ — обсяг чистого прибутку (р. 220 (225) форми № 2); $ВлК_{ср}$ — середньорічна величина власного капіталу (р. 380 балансу)</p>

Показник	Формула
3. Рентабельність виробництва	$P_v = \frac{\Pi_{p.n}}{\Phi B_{cp}} \cdot 100 \%,$ <p>де $\Pi_{p.n}$ — обсяг прибутку від реалізації продукції (виконання робіт, надання послуг), який доцільно обчислити як різницю між чистою виручкою (р. 035 форми № 2) та собівартістю реалізованої продукції (р. 040 форми № 2), адміністративними витратами (р. 070 форми № 2), витратами на збут (р. 080 форми № 2) і фінансовими витратами (р. 140 форми № 2); ΦB_{cp} — середньорічний обсяг виробничих фондів підприємства. До виробничих фондів належать основні засоби (р. 030 балансу), виробничі запаси (р. 100 балансу), незавершене виробництво (р. 120 балансу) та витрати майбутніх періодів (р. 270 балансу)</p>
4. Рентабельність продажу	$P_{\text{продажу}} = \frac{\Pi_{p.n}}{B_{\text{ч}}} \cdot 100 \%,$ <p>де $B_{\text{ч}}$ — обсяг чистої виручки від реалізації продукції (виконання робіт, надання послуг) (р. 035 форми № 2).</p>
5. Рентабельність продукції	$P_{\text{пр}} = \frac{\Pi_{p.n}}{CB} \cdot 100 \%,$ <p>де CB — обсяг повної собівартості реалізованої продукції (виконаних робіт, наданих послуг), яку обчислюють як суму собівартості реалізованої продукції (р. 040 форми № 2), адміністративних витрат (р. 070 форми № 2), витрат на збут (р. 080 форми № 2) і фінансових витрат (р. 140 форми № 2). У разі розрахунку рентабельності одного виробу такий показник доцільно обчислювати так:</p> $P_{\text{пр}}^i = \frac{\Pi_i - CB_i}{CB_i} \cdot 100 \%,$ <p>де Π_i, CB_i — відповідно, ціна й повна <i>собівартість</i> i-го виробу</p>

Рівні коефіцієнтів рентабельності відображають отриманий прибуток на 1 гривню відповідних застосованих ресурсів. Загалом, чим вища рентабельність, тим ефективніше функціонує підприємство, так як саме прибуток уособлює фінансову мету його діяльності та інтегрує всі фактори господарської діяльності.

Приклад 9.3

Проаналізуємо динаміку показників рентабельності на прикладі фінансової звітності ПуАТ «Авангард»:

Таблиця 9.2

ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ
ПуАТ «Авангард» у x_0 — x_1 рр., %

Показник	Значення за:	
	x_0 рік	x_1 рік
1. Рентабельність активів	$\frac{2868}{(37\ 646 + 43\ 159) / 2} \cdot 100 \% \approx 7,1$	5,52
2. Рентабельність власного капіталу	$\frac{2445}{(15\ 001 + 17\ 446) / 2} \cdot 100 \% \approx 15,07$	12,15
3. Рентабельність виробництва	$\frac{59\ 899 - 45\ 755 - 5330 - 4459 - 1663}{(8745 + 23\ 903 + 1848 + 1385 + 30 + 20 + 6 + 4) / 2} \times$ $\times 100 \% = \frac{2692}{17\ 970,5} \cdot 100 \approx 14,98$	11,50
4. Рентабельність продажу	$\frac{2692}{59\ 899} \cdot 100 \approx 4,49$	4,41
5. Рентабельність продукції	$\frac{2692}{45\ 755 + 5330 + 4459 + 1663} \cdot 100 \approx 4,71$	4,61

Як видно з результатів розрахунків, у x_1 році ПуАТ «Авангард» знизило прибутковість функціонування, що впливає зі зменшення усіх обчислених показників. Це, у свою чергу, вказує на зниження ефективності господарювання товариства у x_1 році порівняно з x_0 .

Суспільно необхідним процесом, що одночасно впливає на величину фінансового результату підприємства, є його оподаткування. Основною метою аналізу оподаткування підприємства є формування необхідної інформації, достатньої для здійснення ефективного податкового менеджменту, спрямованого на зменшення податкового навантаження на підприємство та скорочення виплат до бюджетів різних рівнів і позабюджетних централізова-

них фондів. Процес оподаткування підприємства аналізують через оцінювання податкового навантаження, податкової платіжної дисципліни та ефективності податкового управління. Джерелами інформації при цьому є:

- ✓ звіт про фінансові результати (Форма № 2);
- ✓ декларації з окремих податків: з податку на прибуток підприємства, з плати за землю, з ПДВ, з акцизного податку тощо;
- ✓ розрахунки сум відповідних податків і зборів або розшифровки окремих статей собівартості продукції та витрат діяльності підприємства.

Показники *податкового навантаження* дають уяву про обсяги та відносний рівень податкового тягаря підприємства в аналізованому періоді. Найважливіші індикатори, що характеризують цей аспект діагностики прибутковості суб'єкта господарювання, подаються в табл. 9.3.

Таблиця 9.3

ПОКАЗНИКИ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Показник	Порядок розрахунку
1. Абсолютна сума усіх сплачених (нарахованих) за рік податків і зборів, в тому числі у розрізі:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ окремих періодів (місяць, квартал, півріччя); ✓ груп та окремих видів податків і зборів; ✓ видів діяльності (основна, інша операційна, інвестиційна, фінансова); ✓ окремих видів продукції (робіт, послуг); ✓ окремих організаційно/територіально відділених підрозділів (суб'єктів) компанії (інтеграційного утворення).
2. Коефіцієнт оподаткування доходу (виручки) ($k_{од}$)	$k_{од} = \frac{T_n}{Д},$ <p>де T_n — сума непрямих податків (акцизу, ПДВ), що є частиною відпускної ціни (розцінок, тарифів) виготовленої продукції (робіт, послуг), р. 015 та 020 форми № 2; $Д$ — сума доходу (виручки) від реалізації продукції (робіт, послуг), р. 010 форми № 2</p>
3. Коефіцієнт оподаткування витрат ($k_{ов}$)	$k_{ов} = \frac{T_b}{В},$ <p>де T_b — сума податків та зборів, що відносяться до складу собівартості продукції та інших витрат підприємства, які зменшують базу оподаткування; $В$ — сума собівартості продукції та інших витрат підприємства, що зменшують базу оподаткування. Обсяг $В$ знаходиться в декларації з податку на прибуток підприємства</p>

Показник	Порядок розрахунку
4. Коефіцієнт оподаткування прибутку ($k_{оп}$)	$k_{оп} = \frac{T_n}{\Pi_{до}}$ <p>де T_n — сума податків, що не відносяться до складу витрат звітного податкового періоду, не зменшують бази оподаткування та сплачуються за рахунок прибутку підприємства (податок на прибуток підприємств, податок на нерухомість, податок на дивіденди тощо). $\Pi_{до}$ — сума прибутку до оподаткування, р. 170 (175) форми № 2</p>
5. Коефіцієнт загального оподаткування звичайної діяльності ($k_{зо}$)	$k_{зо} = \frac{T_n + T_v + T_p}{D_3}$ <p>де D_3 — сукупна сума доходів (виручки) від реалізації продукції (робіт, послуг) (р. 010 форми № 2), іншої операційної (р. 060 форми № 2), фінансової (р. 110 та 120 форми № 2) та інвестиційної діяльності (р. 130 форми № 2)</p>

У процесі *аналізу показників податкової платіжної дисципліни* визначається абсолютна сума нарахованих (сплачених) протягом періоду штрафних санкцій (штрафів, пені, неустойки) за неналежне виконання зобов'язань перед бюджетами різних рівнів і розрахунків з позабюджетними фондами, а також її динаміка за кілька останніх років. До того ж досліднику слід ідентифікувати причини та відповідальних за такі порушення осіб.

Залежно від результатів аналізу двох попередніх груп показників, а також дослідження поточного і перспективного податкового законодавства перед компетентними підрозділами (бухгалтерія, планово-економічний, фінансовий відділи) може бути поставлено завдання щодо розроблення комплексу заходів, спрямованих на зменшення податкових виплат підприємства. У цьому випадку результативність таких заходів можна оцінити за допомогою низки індикаторів (табл. 9.4).

Необхідним аспектом аналізу прибутковості є *дослідження напрямів використання прибутку*. Слід зазначити, що процес розподілу чистого прибутку підприємства має визначальне значення для перспектив його функціонування. З одного боку, прибуток є важливим джерелом фінансування програм розвитку підприємства, а з другого, — джерелом задоволення особистих потреб власників бізнесу.

Таблиця 9.4

ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДАТКОВОГО УПРАВЛІННЯ

Показник	Порядок розрахунку
1. Абсолютна сума та приріст отриманих за період податкових пільг	
2. Зменшення платежів до бюджетів та позабюджетних фондів за період (ΔT)	<ul style="list-style-type: none"> абсолютне ($\Delta T_{\text{абс}}$): $\Delta T_{\text{абс}} = T_1 - T_0,$ де T_1, T_0 — сума сплачених (нарахованих) податків і зборів, відповідно, у розрахунковому та базовому періодах; відносне ($\Delta T_{\text{відн}}$): $\Delta T_{\text{відн}} = T_1 \cdot \frac{D_0}{D_1} - T_0,$ де D_0, D_1 — обсяги доходу (виручки) від реалізації продукції (робіт, послуг), р. 010 форми № 2 у попередньому та звітному періодах
3. Коефіцієнт пільговості оподаткування ($k_{\text{по}}$) та його динаміка	$k_{\text{по}} = \frac{\text{ПП}}{T},$ де ПП — загальна сума податкових пільг, отриманих підприємством відповідно до чинного законодавства
4. Коефіцієнт ефективності витрат на податкове управління ($k_{\text{е.в.п.у}}$) та його динаміка	$k_{\text{е.в.п.у}} = \frac{E_{\text{т}}}{C_{\text{п.у}}},$ де $E_{\text{т}}$ — сума економії податкових платежів, отримана завдяки податковому управлінню в аналізованому періоді; $C_{\text{п.у}}$ — сума витрат підприємства на податкове управління за період

Зважаючи на визначальну роль прибутку, процес його розподілу регламентується загальнодержавними та внутрішніми (статут, колективний договір) нормативними актами, взятими на себе фінансовими зобов'язаннями, а також затвердженими до виконання інвестиційною, мотиваційною та дивідендною політикою підприємства. Типові напрями розподілу чистого прибутку підприємства подано на рис. 9.5.

Загальна сума сформованих активів підприємства повинна перевищувати мінімальний обсяг статутного фонду, визначеного для нього законодавством. Так, на цей час мінімальна сума статут-

ного фонду акціонерних товариств становить 1250 мінімальних розмірів зарплати, що є чинною на момент їх створення (реєстрації) [5, ст. 14]. Для унітарних комунальних підприємств мінімальну суму статутного фонду встановлює місцева рада народних депутатів [1, ст. 78]. Мінімальний розмір статутного капіталу на момент реєстрації банку не може бути менше 75 мільйонів гривень [6, ст. 31]. Мінімальний розмір статутного фонду страховика, який займається видами страхування іншими, ніж страхування життя, встановлюється в сумі, еквівалентній 1 млн євро, а страховика, який займається страхуванням життя, — 1,5 млн євро за валютним обмінним курсом України [14, ст. 30].



Рис. 9.5. Напрями розподілу чистого прибутку підприємства

Також у законодавстві [5, ст. 14] існує нормативна вимога про необхідність для акціонерних товариств після другого року їх існування мати перевищення обсягом власного капіталу (чистих

активів) величини статутного капіталу. При цьому власний капітал (вартість чистих активів) розраховується як різниця між сукупною вартістю активів товариства та вартістю його зобов'язань перед іншими особами. Якщо ж обсяг статутного капіталу більший за величину власного, то товариство зобов'язується оголосити про зменшення свого статутного капіталу та зареєструвати відповідні зміни до статуту в установленому порядку. У разі, коли вартість чистих активів стає меншою за мінімальний обсяг статутного капіталу, акціонерне товариство повинно протягом 10 місяців з дати настання такої невідповідності усунути її або прийняти рішення про свою ліквідацію.

У законодавстві існують нормативні вимоги щодо напрямів розподілу прибутку. Так, резервний фонд акціонерного товариства та інших видів господарських товариств, який формується щорічними відрахуваннями від чистого прибутку або за рахунок нерозподіленого прибутку компанії, має становити не менше ніж 15 % статутного капіталу, якщо інше не визначено статутом товариства. При цьому до досягнення встановленого статутом обсягу резервного капіталу величина щорічних відрахувань не може бути меншою за 5 % суми чистого прибутку компанії за рік [1, ст. 87; 5, ст. 19].

Показниками, що характеризують процес розподілу чистого прибутку підприємства, є: коефіцієнт чистого прибутку, коефіцієнт інвестування прибутку, коефіцієнт резервування прибутку, коефіцієнт виплати прибутку персоналу, коефіцієнт виплати чистого прибутку власникам тощо. Так, коефіцієнт чистого прибутку обчислюється як відношення обсягу чистого прибутку до балансового (до оподаткування). Наближення рівня цього показника до одиниці свідчить про те, що підприємство має податкові пільги.

Коефіцієнт інвестування прибутку може бути обчислений як відношення прибутку, що залишається на підприємстві у вигляді резервів і джерел інвестиційного розвитку, до сукупного обсягу чистого прибутку за період. Наближення цього коефіцієнта до одиниці свідчить про інвестиційну спрямованість процесу розподілу. І навпаки, якщо коефіцієнт інвестування прибутку прямує до нуля, то це свідчить про споживчу спрямованість процесу.

Коефіцієнт виплати прибутку персоналу характеризує інтенсивність мотивації трудової діяльності в компанії. Показник розраховується як відношення частини чистого прибутку, що спрямовується на виплату додаткових премій і бонусів персоналу, які не відносяться на валові витрати (собівартість продукції)

підприємства, до його загальної величини. Коефіцієнт виплати прибутку власникам характеризує частку вилученого з обороту чистого фінансового результату підприємства на користь його власників.

Заключним етапом аналізу прибутковості підприємства є ідентифікація резервів збільшення прибутку та зростання прибутковості. Усю сукупність таких резервів можна звести до: ресурсних, організаційно-технологічних, продуктових і резервів покращення узагальнюючих результатів діяльності. *Ресурсні резерви* — це можливості підвищення ефективності використання матеріально-технічних, нематеріальних, фінансових, трудових і часових ресурсів підприємства. При цьому основними напрямками експлуатації таких резервів є усунення непродуктивного використання ресурсів, удосконалення та оптимізація їх якісних та кількісних параметрів.

Результативне задіяння ресурсів вимагає мобілізації *організаційно-технологічних резервів*, що може полягати у зміні власників підприємства, придбанні або злитті з іншими компаніями, створенні стратегічних альянсів, трансформації організаційної структури, системи менеджменту, забезпеченні збалансованого розвитку окремих функцій і напрямів діяльності, підвищенні та впорядкуванні стандартів процедур, застосуванні прогресивних технологій здійснення окремих бізнес-процесів, удосконаленні організації виробництва, поліпшенні умов праці тощо. Експлуатація *резервів продукту* передбачає оптимізацію структури та обсягів випуску продукції (виконання робіт, надання послуг), створення нових і покращення існуючих найменувань продуктів і їх різновидів, балансування співвідношення «ціна/якість» за окремими товарами, вихід на нові, в тому числі й зарубіжні, ринки збуту. Мобілізація *резервів покращення узагальнюючих результатів діяльності* має на меті підвищення обсягу доходів і прибутку підприємства, досягнення найефективнішого ресурсоспоживання. Це може вимагати впровадження програм оптимізації розмірів фірми, економії ресурсів, зміну постачальників та споживачів, здійснення управління витратами та податкового менеджменту тощо.

Вказані резерви є взаємопов'язаними і залежними один від одного. Тому заходи щодо ідентифікації та експлуатації резерво-мобілізуючих факторів мають носити комплексний, а зважаючи на динамічність розвитку світового господарства та активне залучення до нього вітчизняної економіки, й перманентний характер.



9.2. Оцінювання ефективності формування і використання акціонерного капіталу компанії

Метою цього етапу діагностики є оцінювання ефективності залучення і експлуатації акціонерного капіталу товариства з погляду керівництва, власників компанії та фондового ринку. Основними джерелами інформації є Баланс (Ф№ 1), Додаток III «Розрахунок показників прибутковості акцій» до Ф№ 2 «Звіт про фінансові результати», «Звіт про власний капітал» (Ф№ 4), протоколи загальних зборів акціонерів і ради директорів компанії, а також дані щодо обігу цінних паперів підприємства на фондовому ринку. Важливим показником ефективності діяльності компанії є включення її пайових і боргових цінних паперів до лістингу в національних і світових біржових та позабіржових торгових системах, отримання національного та міжнародного кредитних рейтингів тощо.

Схематично основні напрями аналізу акціонерного капіталу товариства подано на рис. 9.6.



Рис. 9.6. Основні напрями аналізу акціонерного капіталу компанії

У процесі аналізу акціонерного капіталу керівництвом товариства основна увага приділяється ефективності формування та управління акціонерним (статутним) капіталом підприємства. Основним абсолютним показником ефективності формування акціонерного капіталу є *фактичний обсяг залучених у результаті емісії акцій і похідних цінних паперів фінансових ресурсів*. Такий обсяг розраховується як сума фактично викуплених (з оплатою у грошовій або іншій формі) пайових цінних паперів і виручки від продажу прав на їх придбання (опціонів, варрантів) за вирахуванням суми витрат на організацію емісії таких цінних паперів та її розміщення. Порівняльним же показником ефективності залучення коштів може слугувати співвідношення фактичного обсягу залучених у результаті емісії акцій та похідних цінних паперів фінансових ресурсів і номінальної вартості емісії (добуток кількості випущених акцій на номінальну вартість однієї акції).

Важливим показником перспективи збільшення акціонерного капіталу є *частка ($Ч_{с.ф}$) статутного фонду (СФ) підприємства у загальному обсязі його власного капіталу (ВЛК)*:

$$Ч_{с.ф} = \frac{СФ}{ВЛК}. \quad (9.2)$$

Причому, чим меншою є ця частка ($Ч_{с.ф}$), тим кращими є перспективи керівництва успішно здійснити додаткову емісію пайових цінних паперів товариства, спрямовану на фінансове забезпечення збільшення масштабів діяльності. Така теза впливає з того, що власний капітал підприємства складається з двох частин: залучених при емісії акцій коштів і коштів зароблених і капіталізованих компанією за попередні періоди свого функціонування.

Індикатором ефективності управління акціонерним капіталом підприємства є *капіталізована вартість акцій ($ВА_k$)*:

$$ВА_k = \sum_{i=1}^n q_i^a \cdot ЦА_i^p, \quad (9.3)$$

де q_i^a — загальна кількість i -х акцій товариства, що знаходяться в обігу, шт.; $ЦА_i^p$ — ринкова ціна i -ї акції, грн.

Позитивною динамікою цього показника є збільшення, що свідчатиме про зростання вартості компанії.

Ще одним індикатором ефективності корпоративного управління є *відношення ринкової до балансової ціни акції ($В_{црб}$)*, причому балансова вартість акції розраховується так:

$$\text{ЦА}_6 = \frac{\text{ВЛК}^+}{Q_{\text{сао}}}, \quad (9.4)$$

де ВЛК^+ — обсяг власного і прирівняного до нього капіталу; $Q_{\text{сао}}$ — кількість емітованих акцій, що знаходяться в обігу.

Таке відношення є узагальнюючим індикатором, який свідчить про успіх ($\text{В}_{\text{црб}} > 1$), або про невдачу ($\text{В}_{\text{црб}} < 1$) акціонерного товариства.

Важливою складовою аналізу акціонерного капіталу є оцінювання ефективності діяльності акціонерних товариств з погляду їх власників (акціонерів). При цьому основним мірилом ефективності функціонування компанії для ординарного акціонера є величина дивідендів, виплачених на акцію, та динаміка її ціни. *Дивіденд* — це частина чистого прибутку компанії, що виплачується акціонеру з розрахунку на одну належну йому акцію певного типу та/або класу. За акціями одного типу та класу нараховується однаковий розмір дивідендів. Рішення про виплату дивідендів та їх величину за простими акціями приймається загальними зборами акціонерного товариства. Розмір дивідендів за привілейованими ж акціями всіх класів визначається у статуті компанії.

Оголошення факту й розміру дивідендів здійснюється радою директорів товариства, і має значний вплив на ціну акції товариства на фондовому ринку. Згідно з новими вимогами законодавства [5, ст. 30] компанія має виплачувати дивіденди виключно грошовими коштами. Дивіденди виплачуються на акції, звіт про результати розміщення яких зареєстровано у встановленому законодавством порядку. Виплата дивідендів здійснюється з чистого прибутку звітного року та/або нерозподіленого прибутку в обсязі, встановленому рішенням загальних зборів акціонерного товариства, у строк не пізніше шести місяців після закінчення звітного року. У разі відсутності або недостатності чистого прибутку звітного року та нерозподіленого прибутку минулих років виплата дивідендів за привілейованими акціями здійснюється за рахунок резервного капіталу товариства.

Вітчизняне законодавство встановлює заборону на прийняття компанією рішення про виплату дивідендів та здійснення їх у випадках, якщо:

- 1) звіт про результати розміщення акцій не зареєстровано у встановленому законодавством порядку [5, ст. 31];
- 2) вартість чистих активів зменшилась до обсягу, меншого за суму статутного капіталу і резервного фонду [4, ст. 158];

3) власний капітал компанії менший, ніж сума його статутного капіталу, резервного капіталу та розміру перевищення ліквідаційної вартості привілейованих акцій над їх номінальною вартістю. Причому ліквідаційна вартість привілейованої акції певного класу — це сума коштів, яка належатиме її власнику під час ліквідації акціонерного товариства [5, ст. 31].

Аналізуючи дивідендний дохід і порівнюючи цей показник з його значеннями в інших компаніях, необхідно враховувати особливості дивідендної політики кожного підприємства. Остання передбачає ідентифікацію динаміки обсягів дивідендів, рівня дивідендної віддачі, а також визначення періодичності виплат акціонерам. Як правило, компанії намагаються дотримуватися стабільної дивідендної політики.

Узагальнюючим показником такої політики є *коефіцієнт виплати*, що показує ту частину чистого прибутку ($\Pi_{\text{ч}}$), що спрямовується на виплату дивідендів власникам звичайних акцій ($\Pi_{\text{ч}}^{\text{за}}$). Коефіцієнт виплати ($k_{\text{в}}$) розраховується як:

$$k_{\text{в}} = \frac{\Pi_{\text{ч}}^{\text{за}}}{\Pi_{\text{ч}}}. \quad (9.5)$$

Базовим показником у контексті доцільності інвестування є *прибуток на акцію* (*EPS* від англ. *Earnings per Share*). Саме значення коефіцієнта *EPS* є основою для прийняття рішення щодо купівлі-продажу акцій на фондовому ринку, адже його рівень відображає максимально можливу (потенційну) величину дивіденду за умови відсутності «необов'язкових» напрямів розподілу чистого прибутку компанії. Його розраховують так:

$$EPS = \frac{\Pi_{\text{ч}}^*}{q_{\text{ЕАЗО}}}, \quad (9.6)$$

де $\Pi_{\text{ч}}^*$ — обсяг чистого прибутку після здійснення основних обов'язкових відрахувань; $q_{\text{ЕАЗО}}$ — середня за період кількість звичайних акцій в обігу.

Для розрахунку цього показника сума чистого прибутку зменшується на величину дивідендів, що за угодою мають бути виплачені власникам привілейованих акцій, а також на суму інших обов'язкових платежів (нормативне поповнення статутного фонду та резервного фонду, повернення основної суми боргу за кредитами (позиками) тощо). Інакше кажучи, припускається, що не буде спрямування чистого прибутку на «необов'язкові» потреби

(здійснення інвестицій у основний, оборотний і інтелектуальний капітал, додаткове преміювання персоналу, викуп власних акцій, фінансування понаднормативних, представницьких та інших, не віднесених на валові витрати, видатків, благодійництво), а весь отриманий залишок чистого прибутку $\Pi_{\text{ч}}^*$ буде спрямовано на виплату дивідендів власникам звичайних акцій. Використання у формулі середньорічної кількості простих акцій пояснюється можливістю її суттєвого коливання протягом року (додаткова емісія, виплата дивідендів у вигляді акцій, конвертація інших цінних паперів у акції, вилучення (викуп) власних акцій тощо).

Наступним показником є *дивідендний дохід* (ДД), що є однією зі складових доходу власника звичайних акцій. Для визначення дивідендного доходу обсяг фактично виплачених дивідендів на звичайну акцію ($d_{3,a}$) порівнюють з її середньорічною ціною (ЦА_{cp}^p):

$$\text{ДД} = \frac{d_{3,a}}{\text{ЦА}_{\text{cp}}^p} \cdot 100 \% . \quad (9.7)$$

Слід зазначити, що сумарна прибутковість вкладання коштів у акції товариства визначається не оголошеною сумою прибутку підприємства на одну акцію, а величиною отриманого дивіденду та зміною вартості акції за період. При цьому рівень загальної дохідності акції ($\text{ДА}_{\text{заг}}$) визначається так:

$$\text{ДА}_{\text{заг}} = \frac{d_{3,a} + (\text{ЦА}_1^p - \text{ЦА}_0^p)}{\text{ЦА}_0^p} \cdot 100 \% , \quad (9.8)$$

де $d_{3,a}$ — отриманий за період дивіденд на одну звичайну акцію; $\text{ЦА}_0^p, \text{ЦА}_1^p$ — ринкові ціни акції, відповідно, на момент її придбання (початок аналізованого періоду) та оцінки (кінець аналізованого періоду).

Індикатором рівня ризику вкладання коштів у акції товариства для інвестора є *коефіцієнт забезпеченості акцій* ($k_{3,a}$), який характеризує величину чистих активів ($A_{\text{ч}}$), що припадають на грошову одиницю номінальної вартості акції товариства. Цей показник обчислюється за формулою:

$$k_{3,a} = \frac{A_{\text{ч}}}{\text{СФ}} = \frac{A_{\text{заг}} - \text{З}_c}{\text{СФ}} , \quad (9.9)$$

де $A_{\text{заг}}$ — загальна величина активів підприємства (підсумок балансу); З_c — сукупна сума зобов'язань товариства (позиковий і приторгований до нього капітал).

Важливим аспектом оцінювання акціонерного капіталу є його аналіз з позицій фондового ринку, адже сприятливе враження про компанію — запорука успішного здійснення перспективних випусків цінних паперів товариства. Формування позитивної оцінки цінних паперів підприємства учасниками ринку вимагає забезпечення компанією на поточний момент або у близькій перспективі необхідного рівня доходності (вищого за ставку дисконту) за відповідного рівня ризику інвестування. Основні показники такого аналізу подано в табл. 9.5.

Таблиця 9.5

ПОРЯДОК РОЗРАХУНКУ ТА ТРАКТУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНЮВАННЯ АКЦІОНЕРНОГО КАПІТАЛУ З ПОЗИЦІЙ ФОНДОВОГО РИНКУ

Показник	Розрахунок	Трактування показника
1. Курс акції (КА)	<p>відношення ринкової (ЦА_p) до номінальної (ЦА_n) ціни акції:</p> $\text{КА} = \frac{\text{ЦА}_p}{\text{ЦА}_n}$	показує відповідність запропонованих компанією рівнів дивіденду та ризикованості інвестування у свої цінні папери вимогам фондового ринку. Позитивним є значення $\text{КА} \geq 1$ та його зростання
2. Коефіцієнт котирування акції (price/earnings ratio, P/E ratio)	$P/E = \frac{\text{ЦА}_p}{\text{EPS}}$	відображає оцінку акції фондовим ринком у аспекті співвіднесення її ринкової ціни та потенційного дивіденду
3. Дивідендне покриття (Dividend Cover, DC)	$\text{DC} = \frac{\text{EPS}}{d_{\text{за}}}$	показує частку фактично виплаченого дивіденду в потенційному
4. Коефіцієнт ліквідності акцій ($k_{\text{ла}}$)	<p>відношення обсягу продажу (Q_t) до обсягу пропонування акцій ($Q_{\text{проп}}$):</p> $k_{\text{ла}} = \frac{Q_t}{Q_{\text{проп}}}$	характеризує реальну можливість продажу (розміщення емісії) акцій товариства серед учасників фондового ринку
5. Коефіцієнт обігу акцій (КО_a)	<p>відношення загального обсягу торгів акціями за період (Q_k) до капіталізованої вартості акцій (ВА_k):</p> $\text{КО}_a = \frac{Q_t}{\text{ВА}_k}$	характеризує інтенсивність операцій з акціями товариства

Показник	Розрахунок	Трактування показника
6. Коефіцієнт «пропонування-попиту» ($k_{п.п}$)	<p>відношення цін пропозиції ($\Pi_{проп}$) та попиту на акцію ($\Pi_{поп}$):</p> $k_{п.п} = \frac{\Pi_{проп}}{\Pi_{поп}}$	характеризує різницю між цінами пропозиції продавця акції та її покупця. Як правило, акції успішних компаній, що користуються попитом серед учасників ринку, мають $k_{п.п} \rightarrow 1$
7. Коефіцієнт Тобіна ($q\text{-ratio}$)	<p>відношення капіталізованої вартості акцій ($ВА_k$) до обсягу чистих активів за ринковою ліквідаційною оцінкою (АЧ):</p> $q_{ratio} = \frac{ВА_k}{АЧ}$	відображає оцінку пайових цінних паперів компанії фондовим ринком у аспекті співвіднесення її ринкової капіталізації та фактичної вартості. Значення $q_{ratio} > 1$ свідчить про переоцінку компанії ринком, $q_{ratio} < 1$ — про недооцінку

Разом з тим слід наголосити на умовності розподілу усіх вищенаведених показників за ступенем важливості для окремих заінтересованих сторін. Комплексне дослідження акціонерного капіталу компанії повинно передбачати аналіз усієї сукупності розглянутих коефіцієнтів.



9.3. Оцінювання вартості підприємства

Вартість підприємства є узагальнювальним індикатором ефективності його діяльності, адже така оцінка інтегрує в собі значення компанії в економіці, умови функціонування, конкурентний статус, а також поточні та перспективні параметри формованих фінансових ресурсів і результатів її діяльності. Найнижчу вартість мають компанії, що володіють кількома незначними конкурентними перевагами порівняно з іншими представниками галузі, і навпаки, досягаючи конкурентоспроможності за ключовими параметрами діяльності, підприємство нарощує обсяги своїх активів, покращує структуру балансу, знижує рівень ризи-

ків функціонування, збільшує обсяги фінансових ефектів, сприяючи у такий спосіб зростанню своєї вартості. При цьому довгострокова конкурентоспроможність фірми є запорукою максимізації її вартості.

Вартість підприємства може бути розрахована методами трьох підходів: майнового, дохідного та ринкового (порівняльного), доцільність застосування яких залежить від конкретних умов процесу оцінювання (табл. 9.6).

Таблиця 9.6

**УМОВИ ЗАСТОСУВАННЯ ПІДХОДІВ
ДО ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Майновий підхід	Дохідний підхід	Ринковий підхід
<ol style="list-style-type: none"> 1. Підприємство володіє значними обсягами матеріальних активів. 2. Балансовий звіт компанії містить більшість її матеріальних активів. 3. Можна отримати оцінку реальної вартості активів підприємства. 4. Підприємство створює незначну вартість у результаті своєї діяльності. 5. Оцінювана частка власності дає можливість контролю вартості базових активів. 6. Підприємство не має перспектив розвитку і буде ліквідовано 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Підприємство створює значну вартість у результаті своєї діяльності. 2. Прибуток та/або грошовий потік підприємства є додатною величиною. 3. Підприємство володіє значними нематеріальними активами. 4. Майбутні результати діяльності компанії можна досить точно спрогнозувати. 5. Ризик функціонування підприємства можна достовірно визначити за допомогою норми прибутковості 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Достатня кількість подібних до оцінюваного підприємств, які у недалекому минулому були адекватно оцінені. 2. Можна отримати правдиві дані про фінансові та техніко-економічні параметри ряду аналогічних оцінюваному підприємств. 3. Подібність умов і обставин здійснення злиття і поглинання аналогічних компаній до умов оцінювання об'єкта

Методи *майнового підходу* як основну детермінанту вартості підприємства розглядають параметри його балансу (активи і пасиви). Причому визначення ціни фірми згідно з цією концепцією передбачає порівняння вартості її сукупного майна та зобов'язань, або ж ідентифікацію сукупних витрат на створення ідентичного цілісного майнового комплексу в поточних цінах. До методів майнового підходу належать метод балансової вартості, метод скоректованої балансової вартості, метод вартості заміщення та метод ліквідаційної вартості.

Метод балансової вартості базується на прямому оцінюванні параметрів балансу підприємства. Відповідно до Міжнародних принципів бухгалтерського обліку чиста балансова вартість під-

приємства дорівнює різниці між активами підприємства за вирахованням зносу та зобов'язань, тобто:

$$\text{Ц}_n = \text{ЧБВ} = A - \text{З}_n - \text{З}, \quad (9.10)$$

де ЧБВ — чиста балансова вартість підприємства; A — обсяг активів; З_n — вартість зносу активів; З — зобов'язання (борги) підприємства.

Приклад 9.4

Визначимо динаміку вартості ПуАТ «Авангард» означеним методом:

- На 01.01.x0:

$$\text{Ц}_{01.01.x0}^n = 37\,646 - 121 - 11\,325 - 11\,199 = 15\,001 \text{ тис. грн.}$$

- На 01.01.x1:

$$\text{Ц}_{01.01.x1}^n = 43\,159 - 219 - 10\,346 - 15\,128 = 17\,466 \text{ тис. грн.}$$

- На 01.01.x2:

$$\text{Ц}_{01.01.x2}^n = 44\,285 - 272 - 4\,771 - 19\,245 = 19\,997 \text{ тис. грн.}$$

Метод балансової вартості дозволяє швидко й просто встановити вартість підприємства за умови правильної політики обліку в компанії. Однак слід мати на увазі, що цей метод базується на даних про вартість майна, визначену здебільшого за цінами придбання (створення) активів. Такий стан речей є неприпустимим, якщо вартість підприємства визначається в умовах високої інфляції, з причини заниженості вартості його матеріальних активів. Крім того, певні активи буде важко, а то й неможливо реалізувати на ринку.

Метод скоректованої балансової вартості враховує, на відміну від попереднього, ринкову оцінку майна та зобов'язань підприємства. Вартість фірми згідно з цим методом розраховується за формулою:

$$\text{Ц}_n = A_p - \text{З}_p, \quad (9.11)$$

де A_p — ринкова вартість майна підприємства; З_p — ринкова оцінка обсягу зобов'язань фірми.

Для стабільно працюючих підприємств, які не планується закрити у близькому майбутньому, скоректована чиста балансова вартість достатньо надійно відображає нижню межу їх ціни. Проте, найважливішим недоліком методів оцінювання вартості підприємств за балансовою та скоректованою балансовою вартістю є те, що вони не відображають прибуток, який отримує і може отримувати підприємство в майбутньому від використання цих активів. Тому, якщо як критерій оцінювання брати лише чисту або скоректовану балансову вартість, то не виключено, що підприємство, яке має великий обсяг чистих активів, буде оцінено вище, але приноситиме суттєво нижчий прибуток чи навіть буде збитковим.

Метод вартості заміщення дозволяє отримати відповідь на запитання: скільки грошових коштів потрібно для того, щоб зараз почати такий же бізнес і досягти аналогічного положення на ринку. Цей метод розглядає підприємство як цільну сукупність його активів й передбачає визначення ціни фірми через встановлення вартості заміщення оцінюваного майна з урахуванням поправок на його фізичний та техніко-економічний (технологічний, функціональний, економічний) знос. Чиста вартість заміщення окремого активу ($V_j^{3,4}$) визначається так:

$$V_j^{3,4} = V_j^3 - 3_j^\phi - 3_j^T - 3_j^{\text{фнк}} - 3_j^e, \quad (9.12)$$

де V_j^3 — вартість заміщення j -го активу за теперішніх умов; 3_j^ϕ — вартість фізичного зносу j -го активу; 3_j^T — величина технологічного зносу j -го активу; $3_j^{\text{фнк}}$ — величина функціонального зносу j -го активу; 3_j^e — величина економічного зносу j -го активу.

Вартість підприємства обчислюється підсумовуванням вартості заміщення усіх його активів:

$$Ц_n = \sum_{j=1}^m V_j^{3,4}, \quad (9.13)$$

де $j = 1 \dots m$ — складові активів підприємства.

Метод ліквідаційної вартості застосовують, коли бізнес не приносить задовільного доходу і не має перспектив розвитку. *Ліквідаційна вартість фірми* показує, скільки залишиться коштів після юридичної ліквідації підприємства, роздільного розпродажу його активів і розрахунків з усіма кредиторами. Ліквідаційна вартість є меншою ніж скоректована балансова вартість на величину

витрат на ліквідацію, включаючи комісійні на продаж бізнесу, витрати на реалізацію товарних запасів, на збір дебіторської заборгованості. Крім того, ціна такої реалізації у разі швидкого продажу є нижчою за нормальну ринкову. Метод ліквідаційної вартості передбачає інвентаризацію та оцінювання кожного активу з урахуванням специфічних факторів, таких як географічне розміщення об'єктів нерухомості, ступінь спеціалізації та ліквідності активів тощо. Отже, ліквідаційна вартість є мінімальною ціною підприємства за його продажу у разі добровільного припинення діяльності або провадження щодо нього процедур банкрутства.

Методи *дохідного підходу* базовою детермінантою вартості компанії визнають лише генеровані нею фінансові результати. При цьому на ринкову ціну не повинна впливати (не слід враховувати) вартість того майна, яким володіє підприємство і яке є необхідним для продовження функціонування бізнесу. Такий підхід базується більшою мірою ніж майновий і ринковий на прогнозі розвитку підприємства. Базовими методами дохідного підходу є метод прямої капіталізації та метод дисконтування грошових потоків.

Метод прямої капіталізації базується не на оцінюванні активів, а на дослідженні фінансових результатів підприємства. Його застосовують за умови отримання фірмою стабільної величини фінансового результату протягом тривалого періоду. Суть цього методу полягає у визначенні усередненої величини щорічних результатів підприємства (обсягів чистого або балансового прибутку, грошового потоку) і відповідної цим результатам норми капіталізації (оцінює необхідну дохідність фірми). На основі цих показників розраховується ціна підприємства (Π_n), що забезпечує такий обсяг фінансового ефекту. Тобто:

$$\Pi_n = \frac{\Phi E_{\text{ср}}}{r_{\text{кап}}}, \quad (9.14)$$

де $\Phi E_{\text{ср}}$ — середньорічний за аналізований період обсяг фінансового ефекту від функціонування підприємства; $r_{\text{кап}}$ — ставка капіталізації.

Величина ставки віддачі ($r_{\text{кап}}$) залежить від стійкості доходів підприємства, ризикованості бізнесу та його галузі. Однак у країнах, де ринкова економіка ще знаходиться на шляху становлення (в тому числі й в Україні), національні ставки (мультиплікатори) ще не публікуються. Крім того, за наявності значних інфляційних

процесів в економіках таких країн дуже важко правильно спрогнозувати обсяги прибутків, а поточні показники прибутку не можуть бути надійними орієнтирами на майбутнє.

Метод дисконтування грошових потоків застосовують у разі отримання фірмою нестабільних результатів діяльності або якщо одержання фінансових результатів відбувається протягом нетривалого часу. Вартість підприємства за цим методом визначається так:

$$P_n = \sum_{i=1}^n \frac{NCF_i}{(1+r)^{i-1}}, \quad (9.15)$$

де NCF_i — обсяг чистого грошового потоку від функціонування підприємства в i -му році, гр. од.; $i = 1 \dots n$ — порядковий номер дати оцінювання фінансових ефектів; r — ставка дисконту для цього підприємства.

Слід зазначити, що для оцінювання вартості підприємства є важливим не просто грошовий потік, а чистий грошовий потік (NCF), що розраховується за такою формулою:

$$NCF = P_{\text{ч}} + \text{AB} - \text{I} + \Delta Z_{\text{дс}}, \quad (9.16)$$

де $P_{\text{ч}}$ — обсяг чистого прибутку; AB — обсяг амортизаційних відрахувань за необоротними активами; I — інвестиції в основні та оборотні фонди, нематеріальні активи; $\Delta Z_{\text{дс}}$ — зміна довгострокових зобов'язань (збільшення додається, зменшення віднімається).

Метод дисконтування грошових потоків передбачає оцінювання майбутньої дохідності підприємства, ідентифікацію ризиків інвестування та прогнозування темпів інфляції. Тому цей метод використовують для визначення ринкової ціни підприємств, які не будуть закриті в майбутньому.

Метод дисконтування економічного прибутку є різновидом методу дисконтування грошових потоків, однак як фінансовий результат діяльності він використовує не чистий грошовий потік, а величину *економічного прибутку* ($P_{\text{е}}$), що визначається так:

$$P_{\text{е}} = \frac{K_{\text{інв}} \cdot (\text{ЧР}_{\text{а}} - \text{WACC})}{100\%}, \quad (9.17)$$

де $K_{\text{інв}}$ — обсяг інвестованого капіталу (майно підприємства), гр. од.; $\text{ЧР}_{\text{а}}$ — чиста рентабельність активів, %; WACC — середньозважена вартість капіталу, %.

Сутність *порівняльного підходу* полягає у припущенні, що вартість окремого підприємства може бути визначена на основі ціни продажу аналогічної фірми цієї галузі з певним коригуванням на фінансово-майнові параметри оцінюваного об'єкта. Відбір компаній для порівняння відбувається за такими критеріями, як належність до однієї галузі та регіону, вид профільної продукції (робіт, послуг), рівень диверсифікації діяльності, стадія життєвого циклу, масштаби діяльності та активів, рівень ризикованості функціонування, стратегія розвитку тощо. Серед основних методів порівняльного (ринкового) підходу до оцінювання вартості підприємства виділяють метод ринку капіталу (метод компанії-аналога) та метод галузевих співвідношень.

Метод ринку капіталу (метод компанії-аналога) передбачає використання ринкових цін акцій, сформованих відкритим фондовим ринком. Базою порівняння слугують ціни пайових цінних паперів аналогічних підприємств, через які виражають вартість оцінюваної компанії.

Вартість компаній-аналогів визначається через капіталізацію вартості їх акцій:

$$Ц_{п.а} = Q_{а.о} \cdot Ц_{Ар}, \quad (9.18)$$

де $Q_{а.о}$ — загальна кількість акцій товариства, що знаходяться в обігу, шт.; $Ц_{Ар}$ — ринкова ціна однієї акції, грн/шт.

На наступному етапі слід обчислити за параметрами фірм-аналогів *цінові мультиплікатори* (M) — показники, що відображають залежність ціни підприємства від певного фінансового показника:

$$M_a = \frac{Ц_{п.а}}{f_a}, \quad (9.19)$$

де M_a — мультиплікатор, обчислений за параметрами підприємства-аналога; $Ц_{п.а}$ — ціна підприємства-аналога; f_a — фінансовий показник аналогічного підприємства.

Як фактор ціни f використовують такі фінансові показники: чиста виручка, балансовий і чистий прибуток, операційний прибуток до сплати процентів та податку на прибуток, чистий грошовий потік, дивіденди, обсяг капіталу, чистих активів тощо. Для розрахунків мультиплікатора застосовують значення фінансового параметра за останній звітний рік або його середню величину за кілька років, що передують даті оцінювання.

Важливим прийомом підвищення якості загального мультиплікатора при оцінюванні масиву інформації по аналогічних під-

приємствах є виключення екстремальних (мінімального та максимального) часткових значень мультиплікатора, що свідчать про ненормальні умови продажу аналогів об'єкта. Для отримання якіснішої оцінки вартості підприємства у розрахунках застосовують кілька мультиплікаторів, розрахованих за кількома фінансовими параметрами, наприклад мультиплікатори не лише за обсягом чистої виручки, а й за обсягом чистого прибутку, грошового потоку тощо.

Після цього, враховуючи отримані залежності між ціною та фінансовою базою по аналогічних компаніях, обчислюють вартість оцінюваного підприємства ($\Pi_{п.о}$) як множення значення його фінансового показника ($f_{ф.о}$) на обчислений за параметрами аналогів мультиплікатор (M_a):

$$\Pi_{п.о} = f_{ф.о} \cdot M_a. \quad (9.20)$$

Після розрахунку ціни підприємства за кількома мультиплікаторами, отримані значення зважують (усереднюють) і обчислюють підсумкову оцінку вартість фірми. Коефіцієнти вагомості обчислених проміжних значень вартості оцінюваного підприємства встановлюються з урахуванням завдань і специфіки об'єкта оцінювання, рівня достовірності використаної інформації тощо.

Метод галузевих співвідношень фокусує увагу на існуванні залежності між ціною фірм однієї галузі та певними параметрами їх діяльності (обсяг виручки, прибутку, грошового потоку, величина активів). Так, багаторічний досвід функціонування західних оцінних фірм дозволив виявити такі закономірності при визначенні вартості окремих груп підприємств [44, с. 87—88]:

- ◆ вартість рекламних агентств і бухгалтерських фірм становить, відповідно, 70 % і 50 % обсягу їх річної виручки;
- ◆ салонів краси — 20—70 % суми їх річної виручки, вартості обладнання і запасів;
- ◆ автозаправних станцій — 120—200 % величини їх виручки за місяць;
- ◆ підприємств роздрібною торгівлі — 75—150 % від суми їх чистого доходу, вартості обладнання та запасів;
- ◆ ресторанів і туристичних агентств — відповідно, 25—50 % і 4—10 % обсягу їх річної валової виручки;
- ◆ машинобудівних підприємств — 150—200 % від суми їх чистого доходу і вартості запасів.

Використання методу галузевих співвідношень обмежене тими галузями, в яких чітко простежується кореляція між ринковою

вартістю компанії та обсягом реалізації її продукції. В Україні під такі параметри підпадають представники паливно-енергетичного комплексу, а також інші конкурентні галузі з яскраво вираженим стандартизованим продуктом, де динаміка прибутків визначається передусім не оновленням продукту, а успіхом у підтримці та збільшенні частки ринку, зростанні обсягів реалізації стандартизованого продукту. Разом з тим, застосування методу галузевих співвідношень має допоміжний, індикативний характер.

Після закінчення розрахунків вартості кількома методами на остаточну оцінку вартість підприємства виходять через зважування отриманих часткових значень. При виборі коефіцієнта вагомості кожного обраного методу враховують такі фактори, як мета оцінювання вартості; характер бізнесу і його активів; кількість і якість даних, використаних для кожного з методів тощо.



9.4. Оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Можливість виживання підприємства в умовах економіки, що базується на ринкових засадах функціонування, в основному зумовнюється рівнем його конкурентоспроможності, який можна розглядати як базовий показник ефективності діяльності. *Конкурентоспроможність підприємства* — це динамічна характеристика ефективності його діяльності, що визначає результативність функціонування суб'єкта господарювання в умовах конкурентної боротьби.

Конкурентоспроможність фірми передбачає володіння нею сукупністю *конкурентних переваг*, під якими розуміють пріоритет, високу компетентність компанії у певній галузі діяльності чи у виробництві товару порівняно з конкурентами. Загалом виділяють два види конкурентних переваг: *переваги в умінні* та *в ресурсах*. Якщо перші формуються внаслідок постійного вдосконалення діяльності підприємства та його функціональних підрозділів, то переваги в ресурсах є результатом отримання ексклюзивного доступу до високоякісної та (або) дешевої сировини, матеріалів, комплектуючих, паливно-енергетичних, кадрових, фінансових ресурсів, науково-технічної та комерційної інформації. Ідентифікація конкурентних переваг компанії та їх достатності для

забезпечення ефективного функціонування в майбутньому повинна охоплювати аналіз таких аспектів діяльності:

1) *продукція*: її конкурентоспроможність за рівнем цін, якістю та актуальністю для задоволення поточних і перспективних потреб цільової групи споживачів;

2) *персонал*: відповідність працівників підприємства за своїми кількісними й якісними характеристиками (освітньо-кваліфікаційний рівень, мобільність та інноваційна активність), системи мотивації та розвитку персоналу, рівня продуктивності праці тощо вимогам досягнення результативності функціонування;

3) *науково-дослідна діяльність*: актуальність напрямів, обсягів і результатів теоретично-прикладних досліджень, рівень їх упровадження у виробництво;

4) *маркетинг*: узагальнюючими показниками оцінювання ефективності цієї функціональної сфери є обсяг продажу та частка ринку, що формуються своєчасністю і якістю задоволення потреб споживачів, системою розподілу та просування продукції;

5) *виробництво*: територіальне розташування, величина виробничої потужності та рівень її використання, прогресивність і достатність техніко-технологічної бази, витратність виробництва тощо;

6) *фінанси*: адекватність фінансово-майнового стану та результативності діяльності, кредитний рейтинг (інвестиційна привабливість), вартість підприємства;

7) *менеджмент*: рівень освітньо-кваліфікаційних і професійно-ділових якостей керівництва, поділ управлінської праці, наявність повного циклу прийняття управлінського рішення, взаємозгодженість і збалансований розвиток функціональних галузей управління, мобільність та адаптивність до динамічних умов зовнішнього середовища системи управління, рівень організаційної культури, ділова репутація підприємства.

Результати аналізу конкурентоспроможності суб'єкта господарювання слугують основою для напрацювання ефективних стратегій його розвитку. За ознакою основного оцінюваного фактора усю сукупність методик кількісного оцінювання конкурентоспроможності підприємства доцільно поділяти на три групи: однопараметричні, товарно орієнтовані та комплексні. За *однопараметричного* підходу як узагальнюючий індикатор конкурентоспроможності підприємства використовується окремий показник його діяльності, наприклад ринкова ціна фірми, вартісна оцінка гудвілу, кредитний рейтинг (рівень інвестиційної привабливості) компанії, відношення виручки від реалізації продукції,

робіт і послуг до сукупних витрат на виробництво й реалізацію продукції, робіт і послуг тощо.

За *товарно орієнтованого підходу*, описаного Р. А. Фатхутдіновим [97], виходять з того, що конкурентоспроможність підприємства визначається ефективністю продуктового ряду, який воно пропонує цільовому ринку. Конкурентоспроможність організації ($K_{\text{орг}}$) обчислюють з урахуванням вагомості товарів і ринків, на яких вони реалізуються:

$$K_{\text{орг}} = \sum_{i=1}^n a_i \cdot b_j \cdot k_{ij}, \quad (9.21)$$

де a_i — частка i -го товару фірми в сукупному обсязі продажу за аналізований період; n — кількість найменувань товарів, що продукує організація; b_j — значущість j -го ринку, на якому представлено i -й товар підприємства. Для промислово розвинених держав (США, Японія, країни ЄС та ін.) значущість ринку приймається за 1, для інших країн 0,7, а для внутрішнього ринку — 0,5; k_{ij} — конкурентоспроможність i -го товару на j -му ринку, що обчислюється так:

$$k_{ij} = \frac{E_i}{E_e} \cdot k'_1 \cdot k'_2 \cdot \dots \cdot k'_n, \quad (9.22)$$

E_i — ефективність i -го товару підприємства на конкретному ринку; E_e — ефективність еталонного (найкращого) товару-конкурента, представленого на цьому ринку; k'_1, k'_2, k'_n — коригуючі коефіцієнти, що враховують конкурентні переваги.

При цьому, чим ближче значення $K_{\text{орг}}$ до одиниці, тим конкурентоспроможнішим є аналізоване підприємство.

Комплексний підхід дозволяє враховувати одночасно і конкурентоспроможність продуктового ряду фірми й інші важливі узагальнюючі показники ефективності. Рівень конкурентоспроможності підприємства ($K_{\text{п}}$) визначають так:

$$K_{\text{п}} = I_{\text{т}} \cdot I_{\text{е}}, \quad (9.23)$$

де $I_{\text{т}}$ — індекс конкурентоспроможності по товарній масі; $I_{\text{е}}$ — індекс відносної ефективності.

При цьому

$$I_{\text{т}} = \sum_{i=1}^p \beta_i \cdot \frac{n_i}{n_{i0}} \cdot \frac{K_i}{K_{i0}} \cdot \frac{C_i}{C_{i0}}, \quad (9.24)$$

де p — кількість товарів, що виробляється; ($i = 1, 2, \dots, p$); $n_i, n_{i\bar{0}}$ — кількість i -го товару, що пропонується ринку аналізованим та конкуруючим суб'єктами; β_i — коефіцієнт значимості i -го товару в конкуренції на ринку; $K_i, K_{i\bar{0}}$ — комплексні показники якості конкуруючих товарів — аналізованого та базового, з яким здійснюють порівняння; $C_i, C_{i\bar{0}}$ — витрати на придбання і використання цих товарів протягом їх життєвого циклу.

$$I_c = \sum_{j=1}^k \gamma_j \cdot \frac{E_j}{E_{j\bar{0}}}, \quad (9.25)$$

де k — кількість показників ефективності діяльності ($j = 1, 2, \dots, k$); γ — коефіцієнт значимості показника ефективності; $E_j, E_{j\bar{0}}$ — одиничні показники ефективності аналізованого підприємства та його конкурента, відповідно (наприклад, продуктивність праці, коефіцієнт віддачі основного і оборотного капіталу, рентабельність продукції, коефіцієнт автономії тощо).

При цьому показник K_n є інтегральною кількісною характеристикою конкурентоспроможності продуцента. Якщо $K_n < 1$, то аналізоване підприємство програє аналогу в конкурентоспроможності; якщо $K_n > 1$, то є більш конкурентоспроможним за нього.

На практиці оцінювання конкурентоспроможності виконується для кожної фірми індивідуально. При цьому сукупність критеріїв конкурентоспроможності суб'єкта варіює залежно від мети та обраної методології дослідження, особливостей функціонування цільового ринку та можливості отримання інформації щодо параметрів діяльності конкурентів.



9.5. Моделі інтегрального оцінювання ефективності діяльності підприємства

Більшість методичних розробок науковців, розрізняючи поняття «ефекту» та «ефективності», пропонують різноманітного роду модифікації базової формули ефективності, змінюючи або чисельних або знаменник. Дослідивши науковий доробок вітчизняних і закордонних вчених з цього напрямку, доцільно об'єднати

усі методи визначення ефективності діяльності компанії у такі групи:

- ◆ методи трудового оцінювання ефективності — базуються на визначенні трудових еквівалентів усіх видів витрат компанії на підготовку, виробництво та збут продукції. Концептуальною основою такого роду методик є теорія відносної заміності економічних ресурсів;

- ◆ методи фінансового оцінювання ефективності — використовують як вимірники ефективності діяльності компанії окремі фінансові показники (платоспроможності, ділової активності, фінансової стійкості тощо). Основою такого роду досліджень є теза щодо відображення усіх аспектів діяльності компанії у її фінансових результатах, структурі капіталу тощо;

- ◆ методи стратегічного оцінювання ефективності: основний акцент робиться на досягнення стратегічних цільових орієнтирів розвитку чи сприяння кожного бізнес-процесу досягненню стратегічних цілей компанії. Найповніше реалізується ця група методів у підходах стратегічного аналізу, що зумовлено необхідністю узгодження кількох ключових факторів ефективності з позицій спрямованості на стратегічні результати компанії;

- ◆ методи статистичного оцінювання ефективності відображають технічний підхід до визначення ефективності на основі використання традиційних статистичних і математичних процедур до аналізу будь-яких економічних показників чи процесів;

- ◆ методи витратного оцінювання ефективності використовують як критерій ефективності абсолютну величину та структуру витрат за будь-яким напрямом діяльності компанії. Найбільшого поширення набули в методиках управління витратами та обґрунтування інвестиційних проектів;

- ◆ методи неекономічного оцінювання ефективності використовують як ключові критерії характеристики подвійної природи (екологічність виробництва, соціалізація економічних процесів тощо).

Практична реалізація вказаних методів досягається за допомогою представлення описаних вище концептуальних постулатів конкретними даними компанії. Отже, кожна модель оцінювання ефективності бізнесу є індивідуальною розробкою для конкретної компанії. Використання технологій, розроблених для інших сфер бізнесу чи компаній, потребує глибокого осмислення і трансформації аналітичних індикаторів.

З метою аналізу найпоширеніших сьогодні методів оцінювання ефективності діяльності компаній розглянемо їх порівняльну характеристику за кількома критеріями (табл. 9.7).

**ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ
ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ КОМПАНІЙ**

Критерій порівняння	Ринкова вартість	Фінансові показники	Витратні показники	Нефінансові показники
Рівень використання показників	компанія / сфера бізнесу	бізнес-одиноці компанії	функціональні підрозділи	компанія, бізнес-процеси і робочі групи
Призначення показників	стратегічне планування і угоди купівлі-продажу	фінансовий аналіз і тактичний аналіз	управління витратами компанії	оцінювання ринкових, організаційних, соціальних та інших характеристик компанії
Придатність для управління компанією	стратегічне управління, прогнозує майбутнє компанії	показники характеризують минулий досвід діяльності компанії	показники характеризують минулий досвід діяльності, мають найбільший рівень проникнення у діяльність компанії	управління окремими сферами діяльності компанії
Мотиваційна функція	використовується для мотивації менеджерів вищої ланки	використовується для мотивації менеджерів середньої ланки, і частково вищої	мало використовуються для мотивації персоналу	використовуються тільки ті показники, які впливають на грошові потоки і фінансові результати компанії
Принцип розрахунку	тільки на верхньому рівні управління	за принципом «знизу-вгору»	за принципом «знизу-вгору»	за специфічними процедурами і технологіями
Можливість зіставлення	зіставна в окремій сфері бізнесу	зіставні в межах однієї компанії	зіставні в межах однієї компанії	незіставні навіть у межах однієї компанії
Інтеграція у традиційну систему обліку	неінтегровані	майже повністю інтегровані	повністю інтегровані	неінтегровані

Сьогодні значного поширення набув підхід до оцінювання ефективності бізнесу на основі визначення ринкової вартості компанії. Ця технологія досліджується багатьма науковцями і втілена в багатьох сучасних методиках. Одним з найвдалиших, з позицій управління, підходів до оцінювання ефективності діяльності компанії є доробок К. Куросави, який дозволяє проаналізувати минулий досвід господарювання і спланувати найближче майбутнє. У найзагальнішому вигляді структурну модель К. Куросави можна подати у такий спосіб:



Рис. 9.7. Базова структура визначення ефективності за підходом К. Куросави

На основі цієї логічної структури можна перейти до створення не абстрактних, а практично придатних управлінських механізмів.

Дослідження проблеми ефективності свідчать, що корисність того чи іншого конкретного показника для певного структурного підрозділу чи підприємства в цілому залежить від характеру його

діяльності, його ролі та місця в загальній економічній системі підприємства, а також від внутрішньосистемних зв'язків цієї системи. Врахування специфічних цільових орієнтирів, оцінок і форм підприємницької діяльності повинно дати можливість сформувати систему найдоцільніших показників. Потім на цій основі формується система факторів, які підприємство спроможне контролювати, та які справляють істотний вплив на аналітичні показники.

У процесі створення системи вимірювання інтегрованої ефективності, всі елементи аналізу можуть бути поділені на чотири групи:

- ◆ *перша*, вимірювання обсягів випуску продукції (виконання робіт, надання послуг);

- ◆ *друга*, вимірювання всіх витрат (засобів і предметів праці, витрат трудових ресурсів);

- ◆ *третья*, вибір та аналіз найкорисніших, залежно від поставленої мети, показників витрат та обсягів випуску продукції (послуг);

- ◆ *четверта*, облік і розмежування впливу внутрішніх і зовнішніх факторів (контрольованих і неконтрольованих підприємством).

Як приклад побудови системи оцінювання інтегрованої ефективності фінансово-економічної діяльності підприємства можна запропонувати таку схему (рис. 9.8).

Сучасним підходом до ідентифікації інтегрованої ефективності підприємства є концепція стратегічного оцінювання ефективності функціонування. До основних методик цієї концепції належать *збалансована система показників* (Balanced Scorecard) Р. Каплана та Д. Нортон, *модель ділової переваги* (Business Advantage Model), *модель піраміди результативності* (Performance Pyramid) Лінча і Кросса, *система показників відповідальності* (ASC-Stakeholder Model). Особливістю моделей цього підходу є те, що вони водночас є засобом моніторингу та ефективним інструментом тактичного і стратегічного управління бізнесом. Однією із сучасних методик оцінювання прийнятих у компанії стратегічних рішень є *збалансована система показників* (**Balanced Scorecard** — **BSC**), авторами якої є американські науковці Д. Нортон і Р. Каплан. BSC — це концепція оцінювання ефективності управління компанією, яка дозволяє здійснювати моніторинг і контроль реалізації стратегічних планів через ієрархію ключових показників як фінансового, так і нефінансового характеру, що формується для операційного рівня компанії.

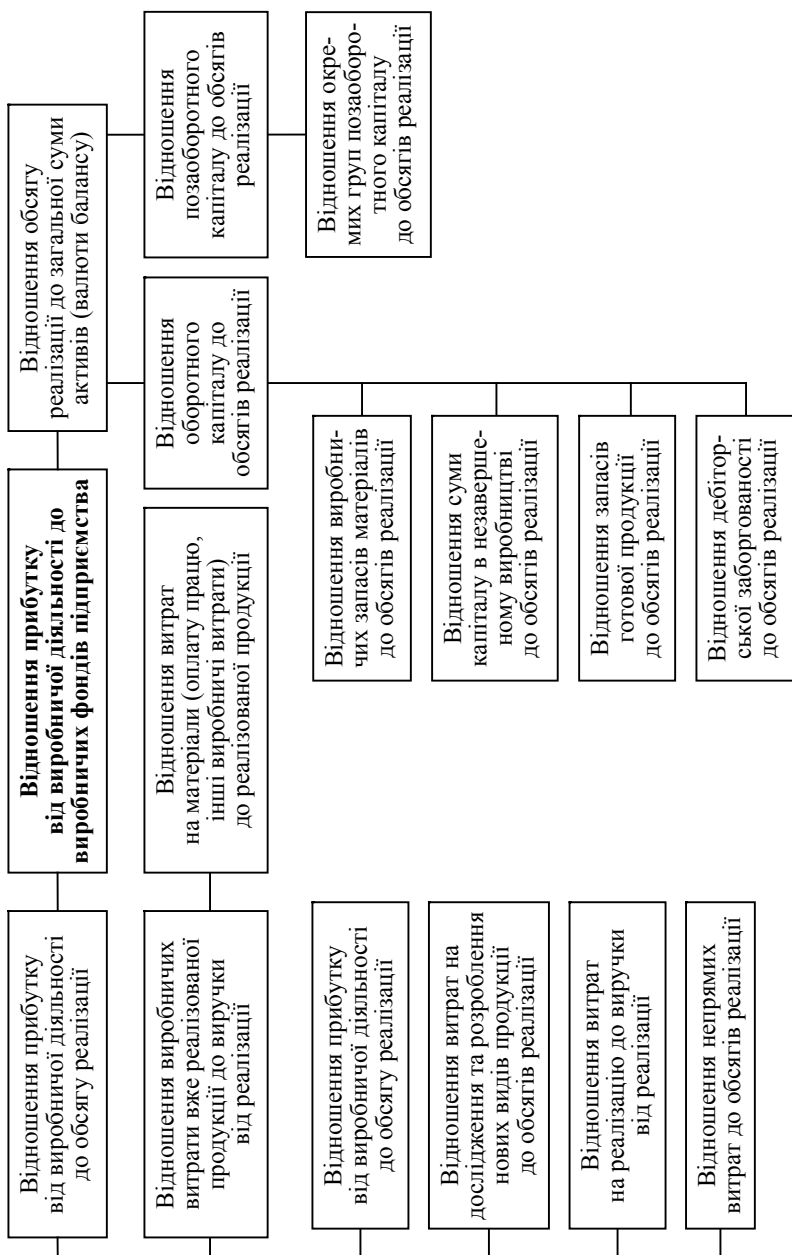


Рис. 9.8. Структура фінансових показників

Основною метою методики BSC є формування комплексної системи стратегічних цілей та основних показників їх вимірювання для реалізації багатовекторної політики управління підприємством. В основі BSC є чотири блоки оцінювання ефективності, формування яких передбачає отримання відповіді на такі запитання:

1) як оцінюють діяльність підприємства акціонери? (блок «Фінанси»);

2) як компанія може залучити та максимально використати свої конкурентні переваги? (блок «Ринок / Клієнти»);

3) які бізнес-процеси забезпечують підприємству виключні конкурентні переваги? (блок «Бізнес-процеси»);

4) які знання, досвід, технології та вміння забезпечують формування конкурентних переваг підприємства? (блок «Навчання / Розвиток»).

Відповіді на ці запитання фіксуються в цілях компанії, вимірюються відповідними показниками для досягнення оптимальних значень яких формується блок завдань і низка певних заходів для різних рівнів управління підприємством. Отже, загальна оцінка ефективності управління підприємством охоплює не лише традиційні фінансові, а й нефінансові показники, значення яких у процесі прийняття рішень значно зростає.

Модель системи BSC повинна включати такі елементи:

1) перспективи (perspectives) — компоненти, за допомогою яких проводиться декомпозиція існуючої стратегії компанії. В основу моделі авторами покладено чотири базові перспективи: фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, навчання та розвиток. Для врахування індивідуальних особливостей компанії перелік перспектив може бути розширений;

2) причинно — наслідкові зв'язки (cause and effect linkages) — графічне зображення взаємозв'язку та залежності стратегічних цілей і завдань, встановлених для кожної перспективи;

3) стратегічні завдання (objectives) — елемент моделі, що визначає завдання за окремими перспективами;

4) показники (measures) — це ключові параметри, що є орієнтиром для реалізації стратегічних цілей на операційному рівні компанії;

5) цілі (targets) — кількісні значення, яких повинні досягнути встановлені параметри за кожною перспективою;

6) стратегічні ініціативи (strategic initiatives) — бізнес-проекти, програми чи функціональні стратегії, що сприятимуть досягненню стратегічних цілей.

Приклад подання моделі BSC за Д. Нортоном і Р. Капланом наведено на рис. 9.9.

Сфера	Причинно-наслідкові зв'язки	Завдання	Вимірник	Мета	Ініціативи
Фінанси		прибуткове зростання бізнесу	дивідендна віддача на акцію	15 % зі щорічним приростом 1 %	програма зростання
Клієнти		постачати на ринок популярну продукцію	обсяг чистої виручки	15 млн грн з щорічним приростом у 4 %	програма розширення ринку
Внутрішні процеси		підвищити якість продукції, знизити непродуктивні витрати	частка продукції, виробленої за прогресивною технологією	не більше 0,5 % виручки	програма підвищення лояльності клієнта впровадження системи контролю якості
Персонал		навчити і «перезаброїти» персонал	питомі витрати на утримання запасів	скорочення до 5 %	вдосконалення планування закупівель і продажу
			продуктивність праці	35 тис. грн/ос. зі щорічним приростом 5 %	програма оптимізації чисельності персоналу
			частка висококваліфікованого персоналу	за три роки досягти рівня 75 %	вдосконалення розпорядчо-нормативної документації організації програма навчання та розвитку персоналу

Рис. 9.9. Приклад подання збалансованої системи показників [39]

Отже, однією з передумов виникнення концепції BSC було прагнення менеджерів компанії підвищити ефективність управління за рахунок органічного узгодження інтересів різних груп — акціонерів і власників, споживачів, партнерів, кредиторів, які є заінтересованими сторонами у високих результатах господарської діяльності підприємства. Тому одним із критеріїв ефективності прийнятих управлінських рішень у сучасних умовах господарювання є рівень задоволеності усіх заінтересованих сторін результатами прийнятих менеджерами компанії управлінських рішень. Цей підхід є основою концепції *Accountability Scorecard* (система показників відповідальності).

До основних заінтересованих у результатах діяльності компанії груп осіб можна віднести акціонерів (власників), постачальників, споживачів (клієнтів), персонал (у т. ч., менеджерів), державні органи. Перелік заінтересованих осіб може мати свої особливості залежно від галузевої належності підприємства. Однак, для розроблення оптимальної системи управління до цього переліку слід включати лише найвагоміші групи. Показниками вагомості групи та рівня її заінтересованості в результатах діяльності компанії є співвідношення між такими параметрами, як вклад (внесок) групи заінтересованих осіб у компанію та вигоди (стимули), які компанія натомість цій групі забезпечує.

Найбільшу заінтересованість у результатах діяльності компанії виявляють, безперечно, її акціонери (власники). Одним із показників ефективності функціонування системи менеджменту компанії є ринкова вартість компанії. Система управління компанією, орієнтована на збільшення її ринкової вартості, дістала в економічній літературі назву *Value-Based Management (VBM)* — управління, орієнтоване на збільшення вартості компанії.

Концепція VBM вже набула широкого використання у західних компаніях. Її завдання полягає у формуванні системи управління компанією, спрямованої на підвищення ефективності стратегічних та оперативних управлінських рішень на всіх рівнях компанії за рахунок концентрації зусиль лінійних, функціональних і вищих керівників на ключових факторах, що забезпечують зростання вартості компанії.

У процесі управління європейськими компаніями модель VBM тісно переплелась із поширеними в Європі принципами орієнтації компаній на максимальне задоволення потреб персоналу, побудову довгострокових зв'язків із клієнтами, збереження взаємовигідних відносин із постачальниками тощо.

Концепція VBM включає кілька груп методів фінансового оцінювання вартості компаній, найпоширенішою серед яких є модель економічної доданої вартості (*EVA — Economic Value Added*). Модель EVA була розроблена та зареєстрована компанією *Stern Stewart & Co.*, хоча деякі її положення були відображені ще в теорії економічного доходу Альфреда Маршалла.

Передумовою виникнення концепції EVA стало те, що більшість традиційних фінансових показників (наприклад, чистий операційний прибуток після сплати податків — *NOPAT*) поступово втратила свою значущість як індикатори об'єктивного оцінювання ефективності управління компанією. Зокрема, доходи та витрати капіталу на їх отримання беруться до уваги в розрахунках на кожному підприємстві, однак, у фінансовому аспекті вважається, що вони виникають та існують окремо один від одного. Виявити та оцінити вплив зв'язку між ними дозволяє показник EVA, оскільки він оцінює доходи та одночасно враховує вартість капіталу, використаного для отримання цих доходів. Отже, показник EVA вводить певне обмеження на прагнення підприємств отримати прибуток будь-якою ціною.

Показник EVA визначається як різниця між чистим операційним прибутком після оподаткування та вартістю використаного для його отримання капіталу компанії. Вартість використаного капіталу визначається за допомогою мінімальної очікуваної ставки дохідності, що необхідна для проведення розрахунку з акціонерами та кредиторами. Значення вартості використання власного капіталу сприяє ефективному його розподілу між різними бізнес-одинацями компанії та виявленню нерентабельних підрозділів. Стосовно загальної бізнес-моделі компанії, показник EVA дозволяє виявляти джерела формування вартості компанії та організовувати ефективне управління грошовими потоками.

Розрахунок показника EVA здійснюється за формулою:

$$EVA = NOPAT - WACC \cdot C, \quad (9.26)$$

де *NOPAT* (Net Operating Profit After Taxes) — чистий операційний прибуток після сплати податків, але до сплати процентів; *WACC* (Weighted Average Cost of Capital) — середньозважена вартість капіталу; *C* — загальна величина капіталу підприємства.

Модель економічної доданої вартості в практиці оцінювання ефективності стратегічних рішень у зарубіжних компаніях використовується в комбінації з іншими інструментами стратегічного аналізу (наприклад, із матрицею Бостонської консультативної групи, матрицею *GE / Mc-Kinsey* тощо).

Застосування показника EVA у практиці оцінювання ефективності системи управління компанією має важливе значення, оскільки:

1) традиційні показники зводяться лише до оцінювання фінансових результатів діяльності компанії, а тому не забезпечують дотримання принципу комплексності та всебічності аналізу;

2) зміна значень показників рентабельності оцінюється, в основному, у динаміці для конкретної компанії, що не завжди відображає реальну тенденцію зміни цих показників по інших компаніях галузі;

3) відсутність порівняльної інформації по галузі не забезпечує максимальної ефективності від використання результатів класичного фінансово-економічного аналізу в остаточних управлінських рішеннях;

4) нема об'єктивних показників оцінювання ефективності окремих бізнес-одиниць чи підрозділів, що дозволили б вищому керівництву компанії прийняти рішення про їх стимулювання та заохочення;

5) висновки за результатами розрахунку традиційних фінансових показників здебільшого можна зробити лише в кінці звітного періоду за результатами фінансової звітності підприємства.

Стосовно вітчизняних компаній EVA дозволяє коректувати показники отриманого прибутку та інвестованого капіталу на ряд специфічних параметрів, що не враховуються у традиційному фінансово-економічному аналізі:

1) вартість капіталізованих нематеріальних активів. Це має значення для всіх компаній, що вкладають кошти у розроблення та впровадження інноваційних продуктів чи технологій. Для розрахунку EVA вартість створених нематеріальних активів капіталізується, а не списується на витрати;

2) величина відстрочених податків додається до суми прибутку, що використовується в розрахунку EVA;

3) величина доходу, отриманого від інвестицій у розроблення брендів і формування «гудвілу» компаній додається до суми отриманого прибутку;

4) створені в компаніях резерви сумнівної дебіторської заборгованості, позитивне значення від переоцінки запасів додаються до суми отриманого прибутку.

Враховання цих аспектів у процесі розрахунку показника економічної доданої вартості забезпечить орієнтацію менеджерів компанії на ефективніше управління активами. При цьому значення EVA доцільно розраховувати для окремих бізнес-одиниць чи господарських підрозділів компаній з метою формування системи заохочення та стимулювання тих, що забезпечили найбільший приріст EVA порівняно з іншими бізнес-одиницями (рис. 9.10).

Залежно від мети аналізу можуть використовуватись й інші підходи до побудови систем визначення інтегрованої ефективності. Як приклад можна навести систему аналізу рентабельності інвестованого в підприємство капіталу, розроблену німецькою фірмою «Du Pont» (див. рис. 9.10).

Підводячи підсумки, слід відзначити, що перед створенням системи аналітичної діагностики доцільно визначитися стосовно вибору системи показників чи єдиного інтегрованого показника. Кожен з вказаних підходів має свої недоліки та переваги. При створенні єдиного інтегрованого показника виникають труднощі методологічного характеру, хоча його використання у практиці є досить простим. Побудова системи показників, навпаки, методологічно легко реалізовується, але її використання у практиці сильно утруднене необхідністю проведення громіздких розрахунків.

Резюме теми

Діагностика ефективності діяльності фірми передбачає оцінювання прибутковості діяльності, ефективності формування і використання акціонерного капіталу, оцінювання конкурентоспроможності та вартості підприємства. Основними аспектами дослідження прибутковості діяльності підприємства є обсяг та структура фінансового результату, показники рентабельності, податкове навантаження, параметри розподілу прибутку, а також резерви підвищення прибутковості функціонування.

Важливим етапом діагностики ефективності компанії є оцінювання ефективності залучення та експлуатації акціонерного капіталу товариства з погляду керівництва, власників компанії та фондового ринку. З позицій менеджменту компанії важливими показниками ефективності управління акціонерним капіталом є відношення фактично залучених коштів до номінальної вартості емісії акцій; капіталізована вартість акцій; відношення ринкової вартості акції до балансової. Співвласників товариства передусім цікавлять такі показники, як коефіцієнт виплати (розподілу прибутку), прибуток на акцію, дивідендний дохід, коефіцієнт забезпеченості акцій, загальна дохідність звичайних акцій. Важливими індикаторами для учасників фондового ринку стосовно аналізованої компанії є курс акції; коефіцієнт котирування акції, дивідендне покриття, коефіцієнт ліквідності акцій,

співвідношення цін пропозиції і попиту, коефіцієнт обігу акції, коефіцієнт Тобіна.

Вартість підприємства є важливим індикатором ефективності його діяльності, адже така оцінка інтегрує в собі значення компанії в економіці, умови функціонування, конкурентний статус, а також поточні і перспективні параметри сформованих фінансових ресурсів і результатів її діяльності. Вартість бізнесу може бути розрахована методами трьох підходів: майнового, дохідного та ринкового (порівняльного). Якщо підприємство ідентифікується як діюче або визначається доцільність його придбання, то його вартість найадекватніше відобразять методи ринкового та порівняльного підходів.

Результати аналізу конкурентоспроможності суб'єкта господарювання слугують основою для напрацювання ефективних стратегій його розвитку. За ознакою основного оцінюваного фактора усю сукупність методик кількісного оцінювання конкурентоспроможності підприємства доцільно поділяти на три групи: однопараметричні, товарно орієнтовані та комплексні.

У економічній літературі та практиці господарювання тривають активні пошуки універсальної моделі оцінювання інтегрованої ефективності діяльності підприємства. Сучасним підходом до розв'язання такої проблеми є концепція стратегічного оцінювання ефективності функціонування, до основних моделей якої належать збалансована система показників, модель ділової переваги, модель піраміди результативності, система показників відповідальності тощо. Особливістю моделей цього підходу є те, що вони водночас є засобом моніторингу та ефективним інструментом тактичного і стратегічного управління бізнесом.



Питання для самоконтролю

- 1. Які аспекти дослідження ефективності діяльності підприємства?*
- 2. У якому розрізі діагностують прибутковість?*
- 3. Які темпи змін балансового прибутку, обсягу реалізації та суми активів є оптимальними?*
- 4. Що характеризує рентабельність та які є її модифікації?*

5. З яких джерел можна отримати інформацію для здійснення аналізу ефективності формування і використання акціонерного капіталу?
6. Які показники відображають ефективність процесу формування акціонерного капіталу? Як їх обчислити?
7. Які індикатори ефективності експлуатації акціонерного капіталу є важливими для співвласників (акціонерів) компанії? Як їх розрахувати?
8. Які відносні показники підприємства передусім цікавлять учасників фондового ринку?
9. Чим визначається важливість вартості підприємства як індикатора ефективності його діяльності?
10. Які передумови застосування тих чи інших підходів до визначення вартості підприємства?
11. Які методи визначення вартості підприємства виділяють у межах дохідного підходу? Поясніть їх сутність.
12. Яка специфіка застосування для визначенні вартості бізнесу методів порівняльного підходу?
13. Які методи визначення вартості підприємства виділяють у межах порівняльного підходу? Поясніть їх сутність.
14. Що таке конкурентоспроможність підприємства та які є групи методичних підходів до ідентифікації її рівня?
15. Поясніть сутність підходу стратегічного вимірювання ефективності діяльності.



Тестові запитання

1. До обов'язкових напрямів розподілу чистого прибутку компанії належить ...
 - a) понаднормативне поповнення резервного фонду;
 - b) виплата додаткових премій персоналу;
 - c) виплата дивідендів за привілейованими акціями;
 - d) викуп корпоративних прав.
2. До фонду заощадження при розподілі прибутку слід віднести ...
 - a) поповнення статті «Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)»;

- b) виплата додаткових премій персоналу;
- c) виплата дивідендів за привілейованими акціями;
- d) погашення основних сум боргу за кредитами і позиками.

3. Коефіцієнт рентабельності виробництва розраховують як відношення ...

- a) прибутку від реалізації продукції до чистої виручки;
- b) прибутку від реалізації продукції до середньорічного обсягу власного капіталу;
- c) прибутку від реалізації продукції до її собівартості;
- d) прибутку від реалізації продукції до середньорічного обсягу виробничих фондів.

4. Визначити обсяг чистої виручки від реалізації продукції, якщо компанія виробляє і продає вироби А, В та С. Відпускна ціна на виробу А становить 600 грн/шт. (з ПДВ); В — 120 грн/шт. (з ПДВ), а ціна виробу С, який іде на експорт, складає 400 грн/шт. Обсяг реалізації виробів А становить 2 тис. шт.; В — 8 тис. шт.; С — 3 тис. шт. Ставка ПДВ складає 20 %:

- a) 2688 тис. грн;
- b) 2800 тис. грн;
- c) 3000 тис. грн;
- d) 3360 тис. грн;
- e) ваш варіант відповіді.

5. Мінімальний обсяг щорічного поповнення резервного фонду усіх видів господарських товариств має становити не менше ...

- a) 5 % статутного капіталу;
- b) 15 % чистого прибутку;
- c) 15 % статутного капіталу;
- d) 25 % статутного капіталу;
- e) 5 % чистого прибутку.

5. Рентабельність активів склала 10 % за середньорічної величини активів компанії у розмірі 5000 тис. грн. Обчисліть обсяг чистого прибутку підприємства, якщо ставка податку на прибуток складає 21 %:

- a) 125 тис. грн;
- b) 395 тис. грн;
- c) 605 тис. грн;
- d) 2380 тис. грн;
- e) ваш варіант відповіді.

6. Коефіцієнт рентабельності продукції розраховують як відношення ...

- a) прибутку від реалізації продукції до чистої виручки;
- b) прибутку від реалізації продукції до середньорічного обсягу власного капіталу;
- c) прибутку від реалізації продукції до її собівартості;
- d) прибутку від реалізації продукції до середньорічного обсягу виробничих фондів.

7. Оцінювання якості прибутку здійснюється на основі його ...

- a) величини;
- b) структури;
- c) рентабельності.

8. Чим меншою є частка статутного капіталу (фонду) у власному капіталі, тим перспективи керівництва успішно здійснити додаткову емісію акцій є ...

- a) гіршими;
- b) кращими;
- c) перспективи додаткової емісії абсолютно не залежать від величини частки статутного капіталу.

9. Якщо обсяг чистої виручки від реалізації продукції склав 5700 тис. грн, а її повна собівартість 4500 тис. грн, то рівень рентабельності продажу становить ...

- a) 21,1 %;
- b) 25 %;
- c) 26,7 %;
- d) 126,7 %;
- e) ваш варіант відповіді.

10. Підприємство оцінюється ринком як успішне, якщо його курс акції ...

- a) $K_a = 1$;
- b) $K_a \leq 1$;
- c) $K_a \in [0;1]$;
- d) $K_a > 1$.

11. Капіталізована вартість акцій — це ...

- a) добуток кількості випущених акцій та номінальної ціни однієї акції;

- b) добуток кількості акцій у обігу та ринкової ціни однієї акції;
- c) добуток обсягу проданих акцій та номінальної вартості однієї акції;
- d) добуток кількості емітованих акцій та виплаченого на акцію дивіденду.

12. Величину чистих активів, що припадають на грошову одиницю номінальної вартості акції товариства, характеризує показник ...

- a) відношення ринкової ціни акції до балансової;
- b) курс акції;
- c) коефіцієнт забезпеченості акції;
- d) дивіденд на акцію.

13. Обсяг чистого прибутку акціонерного товариства склав 1200 тис. грн. Компанія здійснить нормативне поповнення резервного фонду, виплатить на кожну з 200 тис. привілейованих акцій дивіденд у розмірі 3 грн, погасить основну суму боргу за кредитом на 400 тис. грн, а решту спрямує на виплату дивідендів звичайним акціонерам. Коефіцієнт виплати у такому разі становитиме ...

- a) 0,0167;
- b) 0,117;
- c) 0,167;
- d) ваш варіант відповіді.

14. Обсяг чистого прибутку акціонерного товариства склав 1000 тис. грн. Номінальна вартість привілейованої акції становить 12 грн. Якщо необхідно погасити основну суму боргу за кредитом у розмірі 400 тис. грн, здійснити нормативне поповнення резервного фонду та виконати зобов'язання щодо сплати на кожну з 100 тис. привілейованих акцій доходу в розмірі 15 %, а решту чистого прибутку спрямувати на виплату дивідендів за звичайними акціями, кількість яких становить 200 тис.шт., то якою буде величина сукупних дивідендів за привілейованими акціями:

- a) 15 тис. грн;
- b) 180 тис. грн;
- c) 360 тис. грн;
- d) 370 тис. грн;
- e) ваш варіант відповіді?

15. Визначте вартість ТОВ «Явір-2000», нормалізований річний обсяг чистого прибутку якого становить 385 тис. грн та вкажіть назву застосованого вами методу. Відомо, що ТОВ «Осокір», яке займається аналогічною діяльністю, було придбано нещодавно за 1,2 млн грн, а нормалізований обсяг його чистого прибутку за рік склав 480 тис. грн:

- a) 962,5 тис. грн;
- b) 1496 тис. грн;
- c) 2900 тис. грн;
- d) 15400 тис. грн;
- e) ваш варіант відповіді.



Практичні завдання

Задача 9.1

Визначте динаміку обсягів і структури фінансового результату ПрАТ «Дублер» у x_0 — x_1 роках. Зробіть висновки.

Задача 9.2

Визначте динаміку показників рентабельності ПрАТ «Дублер» у x_0 — x_1 роках. Зробіть висновки.

Задача 9.3

Власний капітал АТ «Ферромаш» на початок звітного року мав таку структуру: статутний капітал — 2820 тис. грн; резервний фонд — 370 тис. грн; нерозподілений прибуток минулих років — 110 тис. грн. За результатами господарювання товариство отримало 1630 тис. грн чистого прибутку. За рішенням загальних зборів акціонерів його буде розподілено так:

- у наступному році передбачено здійснення інвестиційних витрат на реалізацію інноваційного проекту на суму 970 тис. грн, при цьому 50 % цих видатків буде профінансовано з чистого прибутку звітного року. Сума таких інвестицій буде віднесена на приріст статті «Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) минулих років»;

- на виплату матеріальної винагороди колективу за умовами колективного договору має бути спрямовано 10 % чистого прибутку;

- відрахування до резервного фонду компанії становитимуть 100 тис. грн;
- решта піде на виплату дивідендів власникам звичайних акцій, кількість яких у звітному році залишалася стабільною (550 тис. шт.).

Визначити: а) загальну величину та елементну структуру власного капіталу АТ у результаті розподілу прибутку звітного року; б) величину дивіденду на одну звичайну акцію.

Задача 9.4

Розв'яжіть задачу, дайте пояснення. За звітний рік АТ «Торгмаш» отримало чистого прибутку на суму 1470 тис. грн. Обчисліть значення показників: коефіцієнт виплати, EPS, величина дивіденду на акцію, дивідендний дохід і загальну дохідність акції для звичайних акціонерів. У наступному році підприємство планує почати здійснення інвестиційного проекту вартістю 2200 тис. грн, 30 % коштів якого повинні бути профінансовані з чистого прибутку звітного року. На матеріальне заохочення 18 працівників компанії, що становлять її кадрове ядро, з чистого прибутку буде спрямовано на виплату премій і бонусів близько 10 тис. грн на особу. Відрахування до резервного фонду заплановані на мінімальному рівні, встановленому законодавством. У звітному році кількість звичайних і привілейованих акцій залишалася незмінною і становила відповідно 200 та 30 тис. шт., причому емісійні зобов'язання компанії передбачають щорічну виплату 18 % доходу на привілейовану акцію, номінальна вартість якої складає 5 грн. Ринкова ціна звичайної акції на початок звітного року становила 9,5 грн, а на кінець — зросла до 10,6 грн.

Задача 9.5

Обсяг нерозподіленого прибутку підприємства на початок звітного року становив 6900 тис., а на його кінець (після розподілу прибутку звітного року) — вже 7750 тис. грн. 8 % чистого прибутку звітного року, що склало 200 тис. грн, було спрямовано на поповнення резервного фонду товариства. Який обсяг чистого прибутку було спрямовано на виплату дивідендів?

Задача 9.6

Обсяг нерозподіленого прибутку на початок звітного року становив 2800 тис., а на його кінець (після розподілу прибутку

звітнього року) — уже 3420 тис. грн. Величина прибутку до оподаткування складає 1370 тис. грн, ставка податку на прибуток — 23 %, а відрахування до резервного фонду складають 10 % чистого прибутку. Який максимально можливий обсяг дивиденду на одну звичайну акцію, якщо в обігу їх перебуває 200 тис. шт.?

Задача 9.7

Визначити ринкову вартість підприємства методом скоректованої балансової вартості (чистих активів), яке на дату оцінювання має такі параметри балансу:

Актив		Пасив	
Стаття	Сума, тис. грн	Стаття	Сума, тис. грн
Основні засоби (за залишковою вартістю)	6420	Власний капітал	4000
Товарно-матеріальні запаси	1580	Забезпечення наступних виплат і платежів	50
Дебіторська заборгованість	1000	Довгостроковий позиковий капітал	1100
Грошові активи	500	Поточні зобов'язання	4220
		Доходи майбутніх періодів	130
<i>УСЬОГО АКТИВІВ</i>	<i>9500</i>	<i>УСЬОГО ПАСИВІВ</i>	<i>9500</i>

Результати експертного оцінювання свідчать про зниження балансової вартості основних засобів на 12 %, завищення вартості запасів на 7 % і наявність нереальної до погашення дебіторської заборгованості в розмірі 20 % від її балансової вартості.

Задача 9.8

Використовуючи фінансову інформацію по АТ «Омега», розрахуйте такі види мультиплікаторів: ціна/прибуток до оподаткування, ціна/грошовий потік.

Окремі параметри звіту про фінансові результати АТ «Прометей»:

Показник	Значення, тис. грн
1. Виручка від реалізації	12 500
2. Витрати операційні	9400
у тому числі амортизаційні відрахування	1120
3. Витрати фінансові (сума сплачених процентів)	230
4. Ставка податку на прибуток, %	16

АТ «Омега» на дату оцінювання має в обігу 25 тис. звичайних акцій, при цьому ринкова ціна акції становить 100 грн. На основі отриманих співвідношень обчисліть вартість АТ «Прометей», що є подібним до АТ «Омега», якщо обсяг річного прибутку до оподаткування останнього становить 1190 тис. грн, а його величина грошового потоку — 1350 тис. грн.

Задача 9.9

Використовуючи подану нижче фінансову інформацію, розрахуйте всі можливі види мультиплікаторів по АТ «Промсінтез». Врахуйте, що компанія має в обігу 50 000 акцій, ринкова ціна однієї акції становить 22,5 грн.

Основні параметри звіту про фінансові результати АТ «Промсінтез»:

Показник	Значення показника
1. Виручка від реалізації продукції (робіт, послуг), тис. грн	4500
2. Витрати сукупні, тис. грн	4000
у тому числі амортизація, тис. грн	320
3. Сума сплачених процентів, тис. грн	300
4. Ставка податку на прибуток, %	21

Задача 9.10

Оцініть ринкову вартість АТ «Авангард» з річним обсягом реалізації 8,4 млн грн. Аналогом компанії є АТ «Промінь», ринкова ціна однієї акції якого складає 25 грн, а кількість акцій в обігу — 820 тис. шт. Річна виручка від реалізації продукції АТ «Промінь» становить 9,5 млн грн.

Задача 9.11

На основі інформації про продаж аналогічних об'єктів оцініть вартість салону зачісок «Олександра», усереднений щорічний чистий операційний дохід якого оцінюється у 85 тис. грн.

Салон-аналог	Ціна продажу, тис. грн	Річний чистий операційний дохід, тис. грн
A	235	110
B	180	146
C	230	193
D	195	204
E	149	108



Завдання для написання дипломних робіт

1. Оцініть динаміку показників прибутковості діяльності обраного підприємства за розглянутими аспектами дослідження.

2. У разі написання дипломної роботи на базі акціонерного товариства дослідіть показники ефективності формування і використання акціонерного капіталу компанії.

3. Визначте тип дивідендної політики (політики розподілу прибутку) підприємства та опишіть параметри розподілу чистого прибутку серед акціонерів або учасників (загальна величина дивідендів, дивіденд на одну акцію, частота прийняття рішень про виплату дивідендів, строки їх виплат тощо).

4. Опишіть інвестиційну політику підприємства (мета капіталовкладень, джерела фінансування, обсяги реінвестування чистого прибутку, напрями вкладання коштів, результативність інвестицій тощо).

5. Ідентифікуйте наявність у досліджуваного підприємства конкурентних переваг та опишіть вжиті ним заходи, спрямовані на їх формування, підтримку і розвиток.

6. Оцініть рівень конкурентоспроможності підприємства.

7. Визначте вартість досліджуваного підприємства, використовуючи методи майнового, дохідного та порівняльного підходів.

8. Враховуючи специфіку діяльності досліджуваного підприємства, його цільового ринку та спрямованість інтересів зацікавлених осіб, сформууйте систему стратегічних показників ефективності його діяльності та встановіть за ними критерії їх рівнів.

Будь-якого разу безпринципна діяльність, на що б вона не була спрямована, в кінці кінців призводить до банкрутства

І. Гьоте

Тема

10

ДІАГНОСТИКА РИЗИКУ НЕПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТА БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

Ключові поняття і терміни

- неплатоспроможність;
- банкрутство;
- борги;
- неправомірне використання механізмів банкрутства

- 10.1. Діагностика неплатоспроможності підприємства.
- 10.2. Оцінювання ймовірності банкрутства підприємства.
- 10.3. Ідентифікація ознак прихованого, умисного та фіктивного банкрутства.

Вивчивши матеріал цієї теми, ви будете **знати**:

- ✓ сутність, причини, види та кількісні параметри неплатоспроможності підприємства;
- ✓ зміст, причини, види та роль банкрутства в ринково орієнтованій економічній системі;
- ✓ методичні підходи до діагностування ймовірності банкрутства суб'єкта господарювання;
- ✓ зміст, причини та ознаки неправомірного використання інституту банкрутства,

а також **уміти**:

- ✓ визначати нормативні кількісні ознаки незадовільної структури балансу та неплатоспроможності підприємства;
- ✓ встановлювати можливість відкриття щодо підприємства-боржника судового провадження у справі про банкрутство;

- ✓ прогнозувати можливість банкрутства суб'єкта господарювання за сучасними методиками;
- ✓ ідентифікувати ознаки прихованого, умисного та фіктивного банкрутства.

10.1. Діагностика неплатоспроможності підприємства



Будь-яка економічна система, що ґрунтується на ринкових засадах функціонування, передбачає існування конкурентної боротьби між її елементами за отримання сприятливих умов свого розвитку. У разі програшу цього змагання суб'єкта господарювання зазнають фінансового краху: спочатку стають неплатоспроможними, а згодом і банкрутують. *Неплатоспроможність* — це стан неможливості виконання підприємством своїх фінансових зобов'язань перед зовнішніми та внутрішніми особами, спричинений неадекватністю вхідних і вихідних грошових потоків за обсягами та часом формування, а також відсутністю резервів грошових коштів.

Основною причиною неплатоспроможності є зниження ефективності господарювання внаслідок прийняття неправильних управлінських рішень, зокрема у сфері фінансів, виробництва, маркетингу, а також негативного впливу несприятливих факторів зовнішнього середовища господарювання. Також можливе умисне погіршення фінансово-майнового стану підприємства з метою перерозподілу прав власності на нього за допомогою процедур банкрутства. Комплекс вказаних чинників викликає погіршення фінансово-майнового стану суб'єкта (зниження фінансової стійкості й ліквідності, уповільнення оборотності активів, збитковість діяльності), що, у свою чергу, зумовлює накопичення заборгованості перед персоналом, контрагентами, державними та банківськими установами, падіння кредитоспроможності підприємства та відмову постачальників і фінансово-кредитних організацій надавати необхідні ресурси.

Важливим питанням дослідження неплатоспроможності є ідентифікація її типу. Класифікацію видів неплатоспроможності наведено на рис. 10.1.

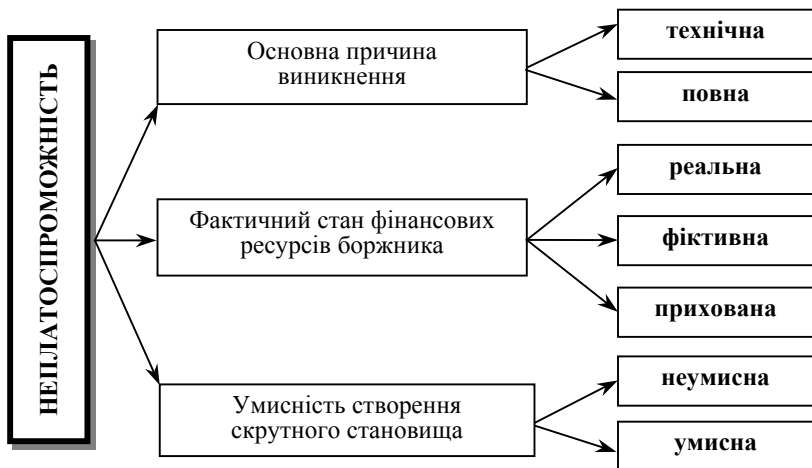


Рис. 10.1. Класифікація видів неплатоспроможності підприємства

В економічній літературі виділяють два види неплатоспроможності: *повну* та *технічну*. Так, *повна неплатоспроможність підприємства* означає неможливість, через значну втрату капіталу, відновити свою фінансову стійкість і платоспроможність у близькому майбутньому. Тобто, катастрофічні втрати активів не дозволяють підприємству здійснювати ефективну господарську діяльність в наступних періодах. *Технічна неплатоспроможність* є результатом асинхронності грошових припливів і відпливів, зазвичай унаслідок суттєвого прострочення дебіторської заборгованості. При цьому обсяг дебіторської заборгованості та інших оборотних коштів у сфері обігу є більшим за суму поточної заборгованості. Технічна неплатоспроможність за звичайних умов і ефективного здійснення антикризового фінансового менеджменту, як правило, не призводить до банкрутства.

За ознакою фактичного стану фінансових ресурсів боржника слід розрізняти реальну, фіктивну та приховану неплатоспроможність. *Реальна неплатоспроможність* означає фактичну тимчасову або хронічну нездатність підприємства відповідати за своїми поточними фінансовими зобов'язаннями. *Фіктивна неплатоспроможність* є результатом умисних дій керівництва підприємства або його власників щодо виведення та приховування активів, що здійснюється за розробленим планом чи змовою. У такому разі фінансові ресурси підприємства різними шляхами передаються підконтрольним особам власника (керівництва), а

проти нього самого ініціюється справа про банкрутство. *Прихована неплатоспроможність*, навпаки, пов'язана з небажанням керівництва (власників) підприємства припиняти його діяльність, незважаючи на скрутний фінансово-майновий стан компанії. Слід зазначити, що вітчизняне законодавство [7, ст. 7] вимагає від боржника власноручно ініціювати порушення справи про своє банкрутство у місячний термін з дати виявлення факту неможливості задоволення вимог одного або кількох кредиторів без шкоди для виконання грошових зобов'язань у повному обсязі перед іншими кредиторами. Приховуючи власну неплатоспроможність від контрагентів, таке підприємство відволікає на себе частину фінансових ресурсів суб'єктів господарювання, завдаючи збитків не лише своїм партнерам, а й економіці країни в цілому.

За умисністю створення скрутного фінансового становища на підприємстві слід розрізняти умисну та неумисну неплатоспроможність. *Неумисна* неплатоспроможність є наслідком помилкових дій і рішень керівництва або власників, які не мали на меті свідомого спричинення кризових процесів на підприємстві, а також форс-мажорних обставин (стихійних лих, пожеж, політичних чинників тощо). *Умисна* ж неплатоспроможність — наслідок цілеспрямованих дій заінтересованих осіб.

Слід зазначити, що умисне доведення підприємства до неплатоспроможності або її приховування є кримінальними злочинами, тому кваліфікаційні ознаки таких дій і відповідальність за них регламентуються кримінальним правом країни. Ці злочини зачіпають не лише окремі, приватні інтереси, а й підривають довіру партнерів один до одного, залишаючи економіку без важливого фінансового джерела — кредитів та інвестицій.

Наукові економічні дослідники ідентифікацію фінансової неспроможності суб'єктів господарювання пропонують здійснювати за допомогою діагностики показників фінансової стійкості, ліквідності та аналізу грошових потоків. Основними ж кількісними параметрами неплатоспроможності в юридичному трактуванні, очевидно, слід вважати обсяг простроченого боргу та час його прострочення, що дають право кредиторам боржника ініціювати судовий розгляд справи про його банкрутство. Критичні значення цих показників визначає вітчизняне законодавство у сфері банкрутства: обсяг простроченого більше трьох місяців боргу перед одним або кількома кредиторами перевищує 300 мінімальних розмірів заробітної плати [7]. Саме ці параметри мають бути покладені в основу при плануванні антикризової діяльності проблемного підприємства.

Кількісні ознаки неплатоспроможності містить також і Постанова Кабінету Міністрів України «Про Положення про реєстр неплатоспроможних підприємств та організацій» [18]. Згідно з цим положенням, структура балансу підприємства, майно якого перебуває у державній власності, визнається незадовільною, а підприємство — неплатоспроможним у разі, якщо:

✓ значення коефіцієнта покриття менше 1, тобто:

$$k_{\text{п}} = \frac{\text{ОбА} + \text{ВМП}}{З_{\text{пт}}} < 1, \quad (10.1)$$

де ОбА — оборотні активи; ВМП — витрати майбутніх періодів; $Z_{\text{пт}}$ — поточні зобов'язання.

✓ значення коефіцієнта забезпечення власними коштами менше 0,1, тобто:

$$k_{\text{звок}} = \frac{(\text{ВлК} + \text{ДМП}) - \text{А}_{\text{но}}}{\text{ОбА} + \text{ВМП}} < 0,1, \quad (10.2)$$

де ВлК — власний капітал; ДМП — доходи майбутніх періодів; $A_{\text{но}}$ — необоротні активи.

✓ значення коефіцієнта абсолютної ліквідності менше 0,2, тобто:

$$k_{\text{ла}} = \frac{\text{ПФІ} + \text{ГК}}{З_{\text{пт}}} < 0,2 \quad (10.3)$$

де ПФІ — поточні фінансові інвестиції (вкладення); ГК — грошові кошти у касі та на банківських рахунках підприємства.

Приклад 10.1

Визначимо наявність нормативних ознак неплатоспроможності в ПуАТ «Авангард» протягом 2008—2009 рр.

Таблиця 10.1

ДИНАМІКА ЗНАЧЕНЬ НОРМАТИВНИХ ІНДИКАТОРІВ НЕПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПуАТ «Авангард» у x_0 — x_1 рр.

Показник	Умова неплатоспроможності	Значення на:		
		01.01. x_0	01.01. x_1	01.01. x_2
1. Коефіцієнт покриття (поточної ліквідності)	$k_{\text{п}} \leq 1$	$\frac{27\,862 + 6}{11\,199} \approx 2,488$	1,189	1,222

Закінчення табл. 10.1

Показник	Умова неплатоспроможності	Значення на:		
		01.01.x0	01.01.x1	01.01.x2
2. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	$k_{\text{звок}} < 0,1$	$\frac{15\,001 + 0 - 9778}{27\,862 + 6} \approx 0,187$	- 0,428	- 0,033
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$k_{\text{ла}} < 0,2$	$\frac{8 + 4}{11\,199} \approx 0,001$	0,007	0,013

Як показують результати таблиці, незважаючи на погіршення обчислених індикаторів, на жодну з дат компанія не має незадовільного балансу та не може бути визнана неплатоспроможною. Однак керівництву підприємства слід вжити негайних заходів, спрямованих на покращання платоспроможності та фінансової стійкості.



10.2. Оцінювання ймовірності банкрутства підприємства

Банкрутство окремого суб'єкта є наслідком розбалансування економічного механізму відтворення капіталу, результатом негативного впливу комплексу факторів, пов'язаних з несприятливими змінами внутрішніх і зовнішніх умов функціонування.

Банкрутство — визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури. Технологія банкрутства суб'єктів господарювання в Україні регламентується Законом України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом». Відповідно до цього нормативного акту підставою для подання заяви про банкрутство є:

1. Непогашення зобов'язань перед ініціатором або їх групою (партнерами, кредитними організаціями, працівниками, податковими органами) на суму не меншу 300 мінімальних розмірів заробітної плати протягом періоду, більшого за 3 місяці після настання встановленого строку їх сплати. Мінімальний розмір

зарплати визначається щороку у відповідному законі про державний бюджет, при цьому величина цього нормативу, як правило, змінюється щокварталу. Наприклад, у 2011 році мінімальний розмір заробітної плати встановлений у місячному розмірі є таким: з 1 січня — 941 грн, з 1 квітня — 960 грн, з 1 жовтня — 985 грн, а з 1 грудня — 1004 грн [9, ст. 22].

2. Законодавство вимагає від боржника власноручно ініціювати порушення справи про своє банкрутство в місячний термін з дати виявлення факту того, що задоволення вимог одного або кількох кредиторів призведе до неможливості виконання грошових зобов'язань у повному обсязі перед іншими кредиторами. Якщо боржник ініціює власне банкрутство, він зобов'язується одночасно з заявою подати план оздоровлення свого підприємства.

При дотриманні усіх вимог щодо подання заяви, господарський суд виносить рішення про початок провадження у справі про банкрутство боржника [7, ст. 7].

Банкрутство є наслідком неплатоспроможності, воно відбувається тому, що підприємство, не володіючи достатнім обсягом активів у ліквідній формі, неспроможне погасити або відстрочити виплату своїх боргів, зацікавивши кредиторів або інвесторів у доцільності свого існування на ринку. При цьому основними атрибутами підприємства, якому загрожує банкрутство, є несприятлива структура джерел фінансування, незадовільна фінансова стійкість і платоспроможність, нераціональна структура та недостатній рівень ліквідності майна, збитковість діяльності.

Важливу роль для розуміння сутності інституту банкрутства відіграє питання його типологізації. Основні класифікаційні ознаки та відповідні їм різновиди банкрутства наведено в табл. 10.2.

Таблиця 10.2

КЛАСИФІКАЦІЙНА СИСТЕМА БАНКРУТСТВА

Ознака класифікації	Вид банкрутства
Умисність виникнення	<ul style="list-style-type: none"> ● необережне; ● умисне
Фактичний стан підприємства	<ul style="list-style-type: none"> ● реальне; ● фіктивне; ● приховане
Ініціатор розгляду справи про банкрутство	<ul style="list-style-type: none"> ● добровільне; ● примусове
Причина виникнення	<ul style="list-style-type: none"> ● банкрутство ендогенного типу; ● банкрутство екзогенного типу

Ознака класифікації	Вид банкрутства
Характер внутрішнього фактора	<ul style="list-style-type: none"> ● банкрутство діяльності; ● банкрутство бізнесу; ● банкрутство власності
Характер визнання факту	<ul style="list-style-type: none"> ● юридичне; ● економічне
Ступінь задоволення визнаних судом вимог кредиторів	<ul style="list-style-type: none"> ● банкрутство з повним задоволенням вимог; ● банкрутство з частковим задоволенням вимог
Національна належність сторін справи про банкрутство	<ul style="list-style-type: none"> ● національне; ● транснаціональне: <ul style="list-style-type: none"> а) первинне; б) вторинне
Результат розгляду справи	<ul style="list-style-type: none"> ● банкрутство з оновленням підприємства; ● банкрутство з ліквідацією підприємства
Технологія судового здійснення	<ul style="list-style-type: none"> ● банкрутство за типовою процедурою; ● банкрутство за спрощеною процедурою

Залежно від умисності виникнення ситуації банкрутства, останнє можна поділити на необережне та умисне. *Необережне* банкрутство є наслідком помилкових дій і рішень керівництва або власників, які не мали на меті свідомого спричинення кризових процесів на підприємстві, а також форс-мажорних обставин (стихійних лих, пожеж, політичних чинників тощо). *Умисне* ж банкрутство — наслідок цілеспрямованих дій заінтересованих осіб.

За фактичним станом організації можна виділити такі види банкрутства як: *реальне*, *фіктивне* та *приховане*. Реальне банкрутство пов'язане з фактичною втратою активів у результаті неефективної господарської діяльності. Реальне банкрутство може бути як необережним, так і умисним. Фіктивне банкрутство є результатом умисних дій керівництва підприємства або його власників стосовно виведення та приховування активів, що здійснюється за розробленим планом чи змовою. Також фіктивне банкрутство може бути і спробою повного або часткового спасіння вкладеного капіталу за умов неможливості ведення господарської діяльності чи виникнення форс-мажорних обставин. Приховане банкрутство, навпаки, пов'язане з небажанням керівництва (власників) підприємства припинити його діяльність. Фіктивне, приховане та умисне банкрутство є кримінальними злочинами, тому кваліфікаційні ознаки таких дій і відповідальність за них регламентуються кримінальним

правом країни. Ці злочини зачіпають не лише окремі, приватні інтереси, а й підривають довіру партнерів один до одного, залишаючи економіку без важливого фінансового джерела — кредитів та інвестицій. З метою ідентифікації таких зловживань Державним департаментом з питань банкрутства розроблено методичні рекомендації щодо їх виявлення [21].

Залежно від особи, що подала заяву про порушення справи проти боржника, банкрутство буває *добровільне* (неплатоспроможне підприємство-боржник подає заяву до господарського суду з проханням порушити справу про власне банкрутство) та *примусове* (заява подається кредитором (групою кредиторів), в тому числі й органами державної податкової служби або іншими державними органами, які здійснюють контроль за правильністю та своєчасністю справляння податків і зборів). Підприємство погоджується на добровільне банкрутство за однією з двох причин: або коли досягнуто мети існування підприємства, або коли власники (керівництво) вважають його подальше функціонування нецільним. Яскравою ілюстрацією останнього є приклади шкідливих і небезпечних для здоров'я видів діяльності (виробництво азбесту, тютюнових виробів, хімічні підприємства тощо), коли власники і керівництво цих підприємств, передбачаючи багатомільйонні позови з боку постраждалих, з метою повернення своїх капіталовкладень подавали петиції про банкрутство, здобуваючи у такий спосіб захист від подальших позовів.

Банкрутство підприємства є результатом негативного впливу зовнішніх (екзогенних) та внутрішніх (ендогенних) чинників. Серед зовнішніх (екзогенних) причин слід виділити *кон'юнктурні, умисні та форс-мажорні* чинники. Якщо кон'юнктурні чинники виникають внаслідок загальної зміни умов господарювання (це передусім циклічність розвитку економіки, соціально-політична ситуація), що так чи інакше стосуються усіх суб'єктів, то умисні причини цілеспрямовано і штучно створюються суперниками (конкурентами) підприємства, з метою його усунення з ринку. У свою чергу, серед внутрішніх (ендогенних) причин банкрутства виділяють *помилки господарювання* (прийняття неправильних господарських рішень), *нестачі ресурсів* (матеріальних, кадрових, інноваційних) та *умисні дії* внутрішніх щодо підприємства осіб (власники, керівництво, працівники).

Результатом закінчення справи про банкрутство може бути або *ліквідація* банкрута, або *оновлене*, звільнене від боргів підприємство. Ліквідація підприємства пов'язана з неможливістю для нього продовжувати господарську діяльність, небажанням

цього власників, кредиторів або держави. Банкрутство може бути і етапом «життя» фірми, способом відновлення бізнесу, адже підприємство (його керівництво, власники), що розрахувалося зі своїми кредиторами, або переконало їх у доцільності свого функціонування, зберегло не лише господарські зв'язки, контрагентів, штат працівників, а й власну репутацію, зберегло минулий і набуло нового досвіду діяльності за надзвичайних обставин.

Залежно від характеру і наслідків дії зовнішніх і внутрішніх факторів, додатково, на нашу думку, слід виділяти такі його підвиди: банкрутство діяльності, банкрутство бізнесу, банкрутство власника. *Банкрутство діяльності* пов'язане із закінченням життєвого циклу певної галузі внаслідок техніко-економічного старіння продукції, що нею виготовляється, або ж створенням неможливих умов діяльності з боку держави, конкурентів (передусім виробників товарів-замінників). При цьому підприємства, що вчасно не змогли переорієнтувати або диверсифікувати свою діяльність, як правило, зазнають краху. *Банкрутство бізнесу* пов'язується нами з неефективним управлінням підприємством, неправильною маркетинговою стратегією та неефективним використанням наявних ресурсів. Банкрутство бізнесу закінчується юридичним визнанням боржника банкрутом і його ліквідацією. *Банкрутство власника* спричинюється, передусім, нестачею інвестиційних ресурсів на розширене або навіть і на просте відтворення потенціалу за наявності трудових ресурсів та попиту на продукцію підприємства. Банкрутство власника передбачає перехід прав власності до іншої особи, що можливо в результаті економічного захоплення, здійснення досудової або судової санації підприємства. У багатьох випадках банкрутство власника не вимагає юридичного визнання боржника банкрутом.

За характером визнання факту банкрутства можна виділити банкрутство *юридичне* (визначено судом у встановленому порядку) і банкрутство *економічне* (негативна експертна оцінка можливостей підприємства відновити свою платоспроможність, незалежно від наявності судового рішення щодо цього). За національною належністю сторін, що беруть участь у справі про банкрутство виділяють *національне* (всі учасники процесу — резиденти однієї країни) та *транснаціональне* (хоча б один учасник процесу є іноземною особою відносно інших учасників) банкрутство. При цьому серед транснаціонального банкрутства виділяють первинний і вторинний його різновиди. Будь-який боржник, визнаний судом банкрутом в одній країні (*первинне* банкрутство), може бути лише на основі одного цього факту оголошений банкрутом (*вторинне*

банкрутство) в іншій державі, незалежно від того, чи справді він є неплатоспроможним на її території.

За ступенем задоволення визнаних судом вимог кредиторів банкрутство підприємства, яке закінчується його ліквідацією, можна поділити на два види. Перший вид — це банкрутство, за якого ліквідаційної маси достатньо для задоволення усіх визнаних вимог кредиторів. Такі банкрутства, як правило, є добровільними, і передбачають не лише погашення вимог кредиторів, відшкодування завданих збитків постраждалим, а й повернення раніше інвестованих власниками боржника коштів. Другий вид банкрутства за цією класифікаційною ознакою — це банкрутство з частковим задоволенням вимог. За такого банкрутства коштів, отриманих від ліквідації боржника, недостатньо щоб погасити всі визнані претензії. В такому разі відбувається розподіл кредиторів та інших отримувачів коштів по групах за черговістю погашення вимог. При цьому виплати кожній наступній черзі (групі реципієнтів коштів) здійснюються після повного задоволення вимог попередньої черги (групи). У разі недостатності ліквідаційної маси для повного задоволення всіх вимог однієї черги, виплати здійснюються пропорційно до суми вимог, що належить кожному кредитору однієї черги (групи).

За повнотою технології судового визнання розрізняють *банкрутство за типовою* та за *спрощеною процедурою*. Типова технологія дає змогу боржнику пройти через усі процедури: розпорядження майном, мирова угода, санація та ліквідація. Спрощена процедура застосовується до боржника, власник якого зник, відсутній, тобто фірма є фіктивною, створеною задля шахрайських махінацій.

В економічній теорії та практиці господарювання існує значна кількість методик оцінювання ймовірності банкрутства підприємства, які за методом, що покладений в їх основу, можна згрупувати на моделі дискримінантного аналізу, моделі формалізованих критеріїв, моделі аналізу коефіцієнтів та моделі аналізу грошових потоків.

До *моделей дискримінантного аналізу* належать усі *Z*-рахунки: моделі Тамарі, Альтмана, Тафлера, Колана—Голдера, Ліса, Спрінгейта, О. О. Терещенка тощо. В узагальненому вигляді така модель має вигляд:

$$Z = c_0 + c_1x_1 + c_2x_2 + c_3x_3 + c_4x_4 + \dots + c_nx_n, \quad (10.4)$$

де: x_i — економічний показник; c_i — емпірично визначений коефіцієнт вагомості i -го показника; n — кількість економічних показників.

Приклади окремих моделей його методу наведено в табл. 10.3.

ОКРЕМІ МОДЕЛІ ДИСКРИМІНАНТНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНКИ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА

Назва моделі	Основна формула та її складові	Трактування значення
Ж. Колана та М. Голдера	$Z_{CG} = -0,16x_1 - 0,22x_2 + 0,87x_3 + 0,1x_4 - 0,24x_5,$ <p>де x_1 — (грошові кошти + дебіторська заборгованість) / валюта балансу; x_2 — (власний капітал + довгострокові пасиви) / валюта балансу; x_3 — фінансові витрати на обслуговування позик / виручка від реалізації; x_4 — витрати на персонал / додана вартість після оподаткування; x_5 — прибуток до виплати процентів і податку на прибуток / позиковий капітал</p>	<p>Ймовірність затримки платежу становить:</p> <ul style="list-style-type: none"> • $Z_{CG} \in (0,21; 8] \rightarrow 100\%$; • $Z_{CG} = (0,048; 0,21] \rightarrow 90\%$; • $Z_{CG} = (0,02; 0,048] \rightarrow 80\%$; • $Z_{CG} = (-0,026; 0,02] \rightarrow 70\%$; • $Z_{CG} = (-0,087; -0,026] \rightarrow 50\%$; • $Z_{CG} = (-0,107; -0,087] \rightarrow 30\%$; • $Z_{CG} = (-0,131; -0,107] \rightarrow 20\%$; • $Z_{CG} = (-0,164; -0,131] \rightarrow 10\%$
Е. Альтмана (1983 р.)	$Z_A = 0,717x_1 + 0,847x_2 + 3,107x_3 + 0,42x_4 + 0,995x_5,$ <p>де x_1 — оборотний капітал / сума активів; x_2 — нерозподілений (реінвестований) прибуток / сума активів; x_3 — операційний прибуток / сума активів; x_4 — балансова вартість акцій / позиковий капітал; x_5 — обсяг продажу (виручка) / сума активів</p>	<p>$Z_A < 1,23$ — підприємство збанкрутує у найближчі роки</p>
Г. Л. В. Спрінгфіта	$Z_S = 1,03A + 3,07B + 0,66C + 0,4D,$ <p>де A — робочий капітал / загальна вартість активів; B — прибуток до сплати податків та процентів / загальна вартість активів; C — прибуток до сплати податків / короткострокова заборгованість; D — обсяг продажу / загальна вартість активів</p>	<p>якщо $Z_S < 0,862$, то підприємство є потенційним банкрутом</p>
Р. Дж. Тафлера (1997 р.)	$Z_T = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4,$ <p>де x_1 — прибуток від реалізації / короткострокові зобов'язання; x_2 — оборотні активи / сума зобов'язань; x_3 — короткострокові зобов'язання / сума активів; x_4 — обсяг продажу (виручка) / сума активів</p>	<p>$Z_T > 0,3$ є свідченням позитивних довгострокових перспектив; $Z_T < 0,2$ — банкрутство є більш ніж ймовірним</p>

Також, відносно нещодавно, з'явилася розробка вітчизняного дослідника О. О. Терещенка. Позитивом його моделі є її визначення за даними вітчизняних суб'єктів господарювання, а також розмежування формул обчислення показника Z для окремих сфер діяльності і галузей.

Таблиця 10.4

БАЗОВІ ФОРМУЛИ МОДЕЛІ ДІАГНОСТИКИ БАНКРУТСТВА ЗА СФЕРАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ ІНТЕРПРЕТАЦІЯ за О. О. Терещенком [93, с. 115-121]

Сфера діяльності	Дискримінантна модель	Інтерпретація значень
Сільське господарство	$Z = 0,105x_1 + 1,567x_2 + 0,301x_3 + 1,375x_4 + 1,689x_8 + 0,168x_9 - 0,260$	$Z < -0,8$ фінансова криза $Z > 0,48$ — фінансова стійкість
Харчова промисловість	$Z = 0,261x_1 + 1,272x_2 + 0,13x_3 + 0,486x_4 + 0,639x_9 + 0,221x_{10} - 1,433$	$Z < -0,65$ фінансова криза $Z > 0,43$ — фінансова стійкість
Інші галузі обробної промисловості (текстильна, переробка деревини, хімічна, целюлозно-паперова тощо)	$Z = 0,139x_1 + 1,535x_2 + 0,486x_3 + 1,459x_4 + 0,265x_9 + 0,159x_{10} - 1,757$	$Z < -0,68$ фінансова криза $Z > 0,44$ — фінансова стійкість
Добувна промисловість, металургія, машинобудування, виробництво електроенергії, газу, води	$Z = 0,213x_1 + 2,208x_2 + 0,67x_3 + 1,13x_4 + 1,48x_5 + 0,515x_8 + 0,467x_{10} - 2,599$	$Z < -0,8$ фінансова криза $Z > 0,51$ — фінансова стійкість
Будівництво	$Z = 0,333x_1 + 1,458x_2 + 0,395x_4 + 1,407x_5 + 0,040x_6 + 0,41x_{10} - 2,325$	$Z < -0,6$ фінансова криза $Z > 0,44$ — фінансова стійкість
Оптова та роздрібна торгівля, готелі та ресторани	$Z = 0,268x_1 + 1,773x_2 + 1,478x_4 + 0,775x_5 + 0,028x_6 + 0,097x_9 + 0,177x_{10} - 2,026$	$Z < -0,75$ фінансова криза $Z > 0,4$ — фінансова стійкість
Транспорт	$Z = 0,145x_1 + 1,481x_2 + 1,007x_4 + 0,048x_6 + 0,146x_{10} - 1,779$	$Z < -0,75$ фінансова криза $Z > 0,4$ — фінансова стійкість
Інші види діяльності	$Z = 0,306x_1 + 0,331x_2 + 1,309x_4 + 0,050x_6 + 0,363x_9 + 0,258x_{10} - 1,387$	$Z < -0,51$ фінансова криза $Z > 0,43$ — фінансова стійкість

Сукупність та технологія обчислення окремих показників моделей О. О. Терещенка виглядають таким чином (табл. 10.5).

Таблиця 10.5

**НАБІР ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ (НЕЗАЛЕЖНИХ ЗМІННИХ)
ДЛЯ ДИСКРИМІНАНТНОЇ МОДЕЛІ О. О. Терещенка [93, с. 107]**

Індекс	Алгоритм розрахунку	Назва показника
x_1	$\frac{\text{Поточні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}}$	коефіцієнт покриття
x_2	$\frac{\text{Власний капітал}}{\text{Валюта балансу}}$	коефіцієнт фінансової незалежності
x_3	$\frac{\text{Чиста виручка від реалізації}}{\text{Валюта балансу}}$	коефіцієнт оборотності капіталу
x_4	$\frac{\text{Cash - flow}_1}{\left(\begin{array}{l} \text{Чиста виручка від реалізації} + \\ \text{Інші операційні доходи} \end{array} \right)}$	коефіцієнт рентабельності операційного продажу за Cash-flow ₁
x_5	$\frac{\text{Cash - flow}_2}{\text{Валюта балансу}}$	коефіцієнт рентабельності активів за Cash-flow ₂
x_6	$\frac{\text{Чиста виручка від реалізації}}{\text{Позиковий капітал}}$	коефіцієнт оборотності позикового капіталу
x_7	$\frac{\text{Cash - flow}_1}{\text{Позиковий капітал}}$	відношення Cash-flow ₁ до позикового капіталу
x_8	$\frac{\text{Прибуток (збиток) до оподаткування}}{\text{Чиста виручка від реалізації}}$	Рентабельність продажу
x_9	$\frac{\text{Прибуток (збиток) до оподаткування}}{\text{Власний капітал}}$	Рентабельність власного капіталу
x_{10}	$\frac{\text{Чиста виручка від реалізації}}{\text{Середні залишки обігових коштів}}$	Коефіцієнт оборотності оборотних активів

Приклад 10.2

Визначимо ймовірність банкрутства ПуАТ «Авангард» на кінець x_1 року, якщо підприємство представляє галузь машинобудування. Зважаючи на галузь досліджуваного об'єкта, обчислення показника Z будемо здійснювати за формулою:

$$Z = 0,213x_1 + 2,208x_2 + 0,67x_3 + 1,13x_4^* + 1,48x_5^* + 0,515x_8 + 0,467x_{10} - 2,599.$$

Отже,

$$\begin{aligned} Z &= 0,213 \cdot \frac{23\,497}{19\,245} + 2,208 \cdot \frac{19\,997}{44\,285} + 0,67 \cdot \frac{62\,249}{44\,285} + 1,13 \times \\ &\times \frac{2275 + 4800}{62\,249 + 4361} + 1,48 \cdot \frac{2275 + 4800}{44285} + 0,515 \cdot \frac{2413}{62\,249} + 0,467 \times \\ &\times \frac{62\,249}{\frac{17\,990 + 4 + 23\,497 + 14}{2}} - 2,599 = 1,377 \end{aligned}$$

Отримане значення $Z = 1,377 > 0,51$, отже компанія є фінансово стабільною, їй не загрожує банкрутство.

До моделей, що використовують метод формалізованих критеріїв, належать модель Аргенті, рекомендації Комітету Великої Британії з узагальнення практики аудиту. Сутність цих методик полягає у визначенні ступеня відповідності фактичного стану підприємства певній сукупності формалізованих критеріїв (наприклад, погіршення якості продукції, падіння «бойового» духу персоналу, повільна реакція на зміни, погіршення фінансових показників) з підрахунком суми балів, за якою оцінюється стан підприємства щодо банкрутства.

Так, при розрахунку А-показника моделі Аргенті для конкретної компанії необхідно ставити або відповідну кількість балів, або 0 — проміжні значення є неприпустимими. Кожному фактору стадії надається певна кількість балів за сумою яких визначається агрегований показник — А-рахунок. Перелік питань, відповіді на які згідно з цим методом мають визначити перспективи компанії, що оцінюється, наведено в табл. 10.6.

* Обсяг Cash Flow у показниках x_4 та x_5 візьмемо як суму чистого прибутку та амортизаційних відрахувань. Обсяг амортизаційних відрахувань слід шукати у формі № 3 «Звіт про рух грошових коштів». Для прикладу величину амортизаційних відрахувань взято на рівні 4800 тис. грн.

Таблиця 10.6

**АНКЕТА ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСПЕКТИВ ПІДПРИЄМСТВА
ЗА МОДЕЛЛЮ АРГЕНТИ**

Проблема	Бал об'єкта	Бал Аргенті
НЕДОЛІКИ		
Директор-автократ		8
Голова ради директорів обіймає і посаду директора		4
Пасивність ради директорів		2
Внутрішні суперечності в раді директорів (з причини розбіжності в знаннях і навичках)		2
Слабкий фінансовий директор		2
Нестача професійних менеджерів середньої та нижчої ланок (поза радою директорів)		1
<i>Недоліки системи обліку:</i>		3
Відсутність бюджетного контролю		3
Відсутність прогнозу грошових потоків		3
Відсутність системи управлінського обліку витрат		3
Повільна реакція на зміни (поява нових продуктів, технологій, ринків, методів організації праці та ін.)		15
<i>Максимально можлива сума балів</i>		<i>43</i>
<i>«Прохідний бал»</i>		<i>10</i>
<i>Якщо сума більша за 10, недоліки в управлінні можуть призвести до серйозних помилок</i>		
ПОМИЛКИ		
Надто висока частка позикового капіталу		15
Нестача оборотних коштів унаслідок швидкого зростання бізнесу		15
Наявність великого проекту, невдача якого є серйозною небезпекою для фірми		15
<i>Максимально можлива сума балів</i>		<i>45</i>
<i>«Прохідний бал»</i>		<i>15</i>
<i>Якщо сума балів на цій стадії є більшою або дорівнює 25 компанія є ризикованою</i>		
СИМПТОМИ		
Погіршення фінансових показників		4
Використання «творчого» бухгалтерського обліку		4
Нефінансові ознаки кризи (погіршення якості, падіння «бойового духу» співробітників, втрата частки ринку)		4
Кінцеві симптоми кризи (позови до суду, скандали, відставки)		4
<i>Максимально можлива сума балів</i>		<i>12</i>

Закінчення табл. 10.6

Проблема	Бал об'єкта	Бал Аргенті
Інтерпретація		
Максимальний А-рахунок		100
«Прохідний бал»		25
Більшість успішних компаній		5—18
Компанії, які мають серйозні труднощі		35—70

Якщо А-рахунок підприємства є більшим за 25, то компанія може збанкрутувати протягом найближчих 5 років. Загалом же, чим більшого значення набуває цей показник, тим швидше це відбудеться.

До позитивних рис моделей формалізованих критеріїв слід віднести системність, комплексний підхід до розуміння перспектив підприємства (використання не лише фінансових показників). Вадами цього підходу є високий ступінь складності прийняття рішень в умовах багатокритеріального завдання та суб'єктивність виставлення оцінок.

Суть *моделей аналізу коефіцієнтів* полягає у визначенні фактичних значень обраної сукупності найважливіших фінансових коефіцієнтів підприємства, що аналізується, та порівнянні їх з еталонними значеннями. До відомих методик прогнозування банкрутства, що використовують метод аналізу коефіцієнтів, належить система коефіцієнтів У. Бівера, основні показники якої та їх граничні значення подано в таблиці 10.7.

Таблиця 10.7

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ПРОГНОЗУВАННЯ БАНКРУТСТВА У. БІВЕРА

Показник	Формула	Значення показника		
		стабільна фірма	за 5 років до банкрутства	за 1 рік до банкрутства
Коефіцієнт Бівера	$\frac{П_ч + АВ}{З_{дс} + З_{пт}}$ <p>де $П_ч$ — чистий прибуток; $АВ$ — амортизаційні відрахування; $З_{дс}$ — довгострокові зобов'язання; $З_{пт}$ — поточні зобов'язання</p>	0,4—0,45	0,17	– 0,15

Закінчення табл. 10.7

Показник	Формула	Значення показника		
		стабільна фірма	за 5 років до банкрутства	за 1 рік до банкрутства
Рентабельність активів	$\frac{П_{ч}}{A_{ср}} \cdot 100 \%$, де $A_{ср}$ — середньорічний обсяг активів	6—8	4	— 22
Фінансовий леверидж	$\frac{З_{де} + З_{пт}}{A}$	≤ 37	≤ 50	≤ 80
Коефіцієнт покриття активів чистим оборотним капіталом	$\frac{ВЛК - A_{но}}{A}$, де ВЛК — власний капітал; $A_{но}$ — необоротні активи	0,4	$\leq 0,3$	≈ 0
Коефіцієнт покриття зобов'язань	$\frac{ОбА}{З_{пт}}$ де ОбА — обсяг оборотних активів	$\leq 3,2$	≤ 2	≤ 1

Приклад 10.3

Оцінимо перспективи ПуАТ «Авангард» на кінець X1 року за системою показників прогнозування банкрутства У. Бівера:

Показник	Розрахунок	Оцінка перспектив підприємства
Коефіцієнт Бівера	$\frac{2275 + 4800}{4771 + 19\,245}^1 = 0,29$	за 5 років до банкрутства
Рентабельність активів	$\frac{2275}{\frac{43\,159 + 44\,285}{2}} \cdot 100 \% \approx 5,2 \%$	за 5 років до банкрутства

¹ Обсяг амортизаційних відрахувань слід шукати у формі № 3 «Звіт про рух грошових коштів». Для прикладу величину амортизаційних відрахувань взято на рівні 4800 тис. грн.

Закінчення табл.

Показник	Розрахунок	Оцінка перспектив підприємства
Фінансовий леверидж	$\frac{4771 + 19\,245}{44\,285} \approx 0,542$	за 1—5 років до банкрутства
Коефіцієнт покриття активів чистим оборотним капіталом	$\frac{19\,997 - 20\,774}{44\,285} \approx 0,018$	за 1 рік до банкрутства
Коефіцієнт покриття зобов'язань	$\frac{23\,497}{19\,245} \approx 1,221$	за 5 років до банкрутства

Фактичні значення розрахованих показників ПуАТ «Авангард» за критеріями У. Бівера вказують на високу ймовірність банкрутства компанії у найближчі 1—5 років. Як бачимо прогнози на продовження діяльності аналізованого підприємства можуть суттєво відрізнятись за окремими методиками.

І хоча наведені моделі мають чітко описаний алгоритм застосування, їх використання для потреб антикризового управління є досить обмеженим, адже вони дають лише приблизне уявлення про ймовірність банкрутства компанії, не забезпечуючи дослідника необхідною інформацією щодо параметрів антикризових заходів (час виникнення неплатоспроможності, обсяг дефіциту коштів тощо).

Завчасно виявити можливість і попередити банкрутство дозволяє метод *аналізу фінансових потоків* (аналіз руху грошових коштів), на основі якого вирішуються завдання оцінки строків та обсягів необхідних позикових коштів, оцінки доцільності отримання кредиту, продовження функціонування тощо. Дослідження грошових потоків полягає у визначенні основних джерел припливів і напрямків відпливів коштів, вивченні обсягів і структури надходжень і витрат, аналізі динаміки припливів і відпливів коштів у розрізі окремих видів діяльності, розміщення в часі та окремих осіб, їх диференціація за рівнем важливості, а також порівняння за обсягами і часом вхідних і вихідних потоків, їх синхронності та збалансованості.

Перевагою методу аналізу фінансових потоків є простота остаточних розрахунків, наочність отриманих результатів і достатня їх інформативність для прийняття управлінських рішень. Проте цей підхід має й суттєві недоліки: по-перше, достатньо важко

спрогнозувати обсяги надходження та витрати грошових коштів з необхідним ступенем точності, обсяги майбутніх виплат на далеку перспективу, а по-друге, необхідною є наявність детальних і точних даних аналітичного обліку.



10.3. Ідентифікація ознак прихованого, умисного та фіктивного банкрутства

Банкрутство є визначальним інститутом економіки, побудованої на ринкових засадах. Однак дуже часто його механізми використовуються в обхід закону, з метою особистого збагачення, придушення конкуренції та інших мотивів. Серед таких правопорушень — фіктивне, умисне та приховане банкрутство.

У Кримінальному кодексі України неправомірним діям, пов'язаним з використанням інституту банкрутства присвячено чотири статті (ст. 218 — ст. 221).

Таблиця 10.8

ВИЗНАЧЕННЯ ЗЛОЧИНІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНСТИТУТУ БАНКУРТСТВА ТА ПОКАРАНЬ ЗА НИХ [2, ст. 218—221]

Визначення злочину	Покарання
Фіктивне банкрутство — завідомо неправдива офіційна заява громадянина-засновника (учасника) або службової особи суб'єкта господарської діяльності, а так само громадянина-підприємця про фінансову неспроможність виконання вимог з боку кредиторів і зобов'язань перед бюджетом, якщо такі дії завдали великої матеріальної шкоди кредиторам або державі	штраф у розмірі 750—2000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеження волі на строк до 3 років
Доведення до банкрутства, тобто умисне, з корисливих мотивів, іншої особистої заінтересованості або в інтересах третіх осіб вчинення громадянином-засновником (учасником) або службовою особою суб'єкта господарської діяльності дій, що призвели до стійкої фінансової неспроможності суб'єкта господарської діяльності, якщо це завдало великої матеріальної шкоди державі чи кредиторам	штраф у розмірі 500—800 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеження волі на строк до 3 років з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк до 3 років

¹ Матеріальна шкода вважається великою, якщо вона у 500 і більше разів перевищує неоподатковуваний мінімум доходів громадян.

Визначення злочину	Покарання
Приховування стійкої фінансової неспроможності — умисне приховування громадянином-засновником (учасником) або службовою особою суб'єкта господарської діяльності своєї стійкої фінансової неспроможності шляхом подання недостовірних відомостей, якщо це завдало великої матеріальної шкоди кредиторів	штраф у розмірі 2000—3000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеження волі на строк до 2 років, із позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до 3 років
Незаконні дії у разі банкрутства — умисне приховування майна, відомостей про майно, передавання майна в інше володіння або його відчуження чи знищення, а також фальсифікація, приховування або знищення документів, які відображають господарську чи фінансову діяльність, якщо ці дії вчинені громадянином-засновником (учасником) або службовою особою суб'єкта господарської діяльності в період провадження у справі про банкрутство і завдали великої матеріальної шкоди	штраф у розмірі 100—500 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або арешт на строк до 3 місяців з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до 3 років

З метою ідентифікації таких зловживань Державним департаментом з питань банкрутства розроблено та впроваджену у практику методичні рекомендації щодо їх виявлення [21]. Поряд з тим, для успішної ідентифікації правопорушень з використанням інституту банкрутства необхідним є зіставлення оціночних параметрів господарювання боржника з аналогічними середньогалузевими показниками, значенням параметрів ринкової кон'юнктури, які мали місце на момент учинення відповідних господарських дій. Такий аналіз рекомендується проводити за матеріалами двох останніх років, які передували даті відкриття справи про банкрутство боржника. Як джерела інформації при проведенні експертизи наявності зловживань слід використовувати такі матеріали:

- ✓ засновницькі документи боржника (статут, установчий договір), матеріали, що містять відомості про склад та зміну керівництва.
- ✓ протоколи зборів власників, нарад керівництва, його накази та розпорядження;
- ✓ матеріали бухгалтерської та іншої звітності боржника;

- ✓ договори та інші документи, на основі яких здійснювалося відчуження та придбання майна, зміни у структурі пасивів;
- ✓ результати проведення інвентаризації та аудиторських перевірок.

Крім того, у процесі здійснення експертизи особливу увагу слід приділити деталізованому аналізу таких об'єктів:

- ✓ майно підприємства (перелік активів, їх вартість, структура та динаміка);

- ✓ собівартість продукції та інші витрати підприємства (сума, структура статей та їх динаміка);

- ✓ поточна та довгострокова заборгованість (перелік кредиторів, сума та структура їх вимог (основна сума боргу, проценти за користування коштами, штрафні санкції), історія розрахунків);

- ✓ дебіторська заборгованість (перелік дебіторів, сума та структура їх боргу (основна сума боргу, проценти за користування коштами, штрафні санкції), історія розрахунків).

Метою приховування фактичного стану підприємства може бути надія на покращання фінансового стану підприємства в майбутньому, прагнення отримати вигідний контракт, намагання одержати банківську позику для покриття заборгованості або збитків, чи розкрадання отриманих коштів.

До основних ознак приховування банкрутства належать:

- 1) зменшення масштабів основної діяльності (зниження натуральних обсягів виробництва та виручки від реалізації продукції (робіт, послуг);

- 2) переважання у структурі доходів виручки від неосновної діяльності (від передавання в оренду основних фондів, реалізації майна);

- 3) зменшення вартості майна, що знаходиться в розпорядженні підприємства;

- 4) великі суми штрафних санкцій, нарахованих підприємству за невиконання своїх зобов'язань;

- 5) затримки при поданні бухгалтерської, фінансової та іншої звітності до державних органів;

- 6) критичний рівень показників ліквідності;

- 7) тривалий період збиткової діяльності;

- 8) значні суми простроченої кредиторської заборгованості;

- 9) велика частка працівників, що перебувають в умовах вимушеної неповної зайнятості (примусові відпустки з ініціативи адміністрації, неповний робочий день, (тиждень));

- 10) масштабні звільнення працівників;

- 11) низький рівень зарплати та затримки при її виплаті;

12) відсутність інвестицій на підтримання або розширення техніко-технологічної бази виробництва;

13) участь підприємства як відповідача в багатьох господарських спорах, що знаходяться на розгляді в господарських судах.

Умисне банкрутство характеризується цілеспрямованим і систематичним створенням або свідомим збільшенням неплатоспроможності, що здійснюється керівником чи власником юридичної особи або приватним підприємцем в особистих інтересах або інтересах інших осіб, яке завдає значних збитків кредиторам. Характерними рисами цього злочину є такі:

✓ банкрутство не є результатом об'єктивних умов господарювання, а пов'язано з умисними діями правопорушника (правопорушників);

✓ злочинні дії останнього (останніх) мають тривалий, систематичний характер;

✓ у результаті скоєння злочину правопорушник отримує матеріальні вигоди або задоволення інших своїх потреб.

Поглиблену експертизу діяльності підприємства на предмет встановлення факту злочину слід проводити за наявності однієї з двох первісних ознак умисного банкрутства:

1) боржник протягом останніх періодів не вживав заходів, спрямованих на погашення заборгованості;

2) боржник отримав ознаки надкритичної неплатоспроможності в результаті виконання явно збиткових для нього угод.

Якщо має місце одна з двох вищенаведених ситуацій необхідно розпочати поглиблену експертизу діяльності підприємства на предмет виявлення безпосередніх ознак умисного банкрутства:

- укладення господарських договорів на явно не вигідних умовах (висока процентна ставка за користування позиковими коштами, занижена ціна реалізації продукції (робіт, послуг), або іншого майна, завищена вартість придбання активів, занадто суворі штрафні санкції за порушення домовленості), а також угод, які боржник не здатен виконати;

- участь у створенні інших підприємств з передавання за заниженою вартістю активів боржника;

- відсутність під час продажу боржником майна спроб організувати конкурс покупців;

- передчасне знищення документів, строк зберігання яких ще не збіг;

- невжиття заходів зі стягнення дебіторської заборгованості, великі суми простроченої дебіторської заборгованості та відрахувань до резерву сумнівних боргів;

- списання на збитки значних сум безнадійної дебіторської заборгованості;
- списання у втрати майна на значні суми (великі суми природних втрат, втрат від псування і знецінення, відходів, операційних курсових різниць, штрафних санкцій тощо);
- невжиття заходів для збереження майна підприємства;
- створення нових підприємств з передаванням майна боржника;
- необґрунтоване злісне ухилення від погашення заборгованості перед кредиторами;
- значна частка витрат, безпосередньо не пов'язаних з виробничим процесом (представницькі витрати, витрати на зв'язок, оплату професійних послуг сторонніх осіб, витрати на утримання апарату управління тощо);
- звільнення ключових працівників;
- надходження великої кількості реклаमाцій на продукцію (роботи, послуги) боржника, для усунення причин походження яких останнім нічого не робиться.

Факт фіктивного банкрутства визнається у разі надання завідомо неправдивої заяви керівника чи власника юридичної особи або приватного підприємця про свою неплатоспроможність і неможливість погашення у повному обсязі майнових вимог кредиторів. Фіктивне банкрутство здійснюється через введення в оману кредиторів з корисливою метою. Як і у випадку із умисним банкрутством, фіктивне не є наслідком об'єктивних умов господарювання, а пов'язано з умисними та систематичними діями правопорушника (правопорушників). Результатом такого злочину є банкрутство платоспроможного та здатного вести господарську діяльність підприємства. Цілями протиправних дій може бути отримання відстрочки погашення заборгованості, часткового або повного прощення боргів, перерозподіл прав власності. Основою злочину є приховування або передавання підконтрольним чи спорідненим особам (структурам) майна боржника. *Підконтрольними* структурами слід вважати юридичні особи, що належать або з різних причин підпорядковуються правопорушнику. *Споріднені* особи (структури) — це юридичні або фізичні особи, з якими зловмисник у різний спосіб (з огляду на родинні зв'язки, підлеглість, таємну домовленість або з інших причин) пов'язаний. У процесі здійснення фіктивного банкрутства споріднені та підконтрольні особи (структури) є основними вигодоотримувачами.

Поглиблену експертизу діяльності підприємства на предмет встановлення факту фіктивного банкрутства слід проводити у

разі, якщо в попередні періоди (за 1—2 роки до подання заяви про власне банкрутство) боржник мав стабільний задовільний фінансово-майновий стан і позитивний або незначний негативний результат діяльності. За таких умов досліднику слід сконцентруватися на виявленні безпосередніх ознак фіктивного банкрутства:

- протягом нетривалого періоду (1—2 роки перед поданням заяви про банкрутство) відбувається раптове значне погіршення фінансово-майнового стану й результативності діяльності;

- встановлення факту ведення «подвійної» бухгалтерії;

- систематичне порушення правил заповнення документів, що дає можливість фальсифікувати кількісні, якісні та вартісні характеристики майна;

- передчасне знищення документів, строк зберігання яких ще не збіг;

- невідповідність відображених у офіційній звітності даних фактичним кількісним, якісним і вартісним характеристикам майна;

- невиправдана уцінка основних засобів, незавершеного будівництва, нематеріальних та оборотних активів;

- виявлення невідображених у звітності матеріальних цінностей і грошових коштів, походження яких матеріально відповідальні особи, керівники та власники не можуть пояснити;

- зміна облікової політики (методи нарахування амортизації, обліку витрат), в результаті якої досягається зростання собівартості продукції;

- списання у втрати майна на значні суми: великі обсяги природних втрат, втрат від псування і знецінення, відходів, операційних курсових різниць, штрафних санкцій тощо;

- списання втрат значних сум майна на пожежі, стихійні лиха, а також дію інших форс-мажорних обставин;

- невжиття заходів зі стягнення дебіторської заборгованості з підконтрольних або споріднених осіб (структур) та списання у збитки значних сум такої дебіторської заборгованості;

- укладення явно не вигідних для підприємства-боржника угод (висока процентна ставка за користування позиковими коштами, занижена ціна реалізації продукції (робіт, послуг), або іншого майна, завищена вартість придбання активів, занадто суворі штрафні санкції за порушення домовленості) з підконтрольними або спорідненими особами (структурами);

- невиправдана участь у благодійництві, видача гарантій повернення коштів підконтрольними або спорідненими особами

(структурами), надання безповоротної фінансової допомоги останнім;

- створення нових підконтрольних підприємств з передаванням майна боржника, що не передбачає еквівалентний обмін правами власності.

Резюме теми

Будь-яка економічна система, що ґрунтується на ринкових засадах функціонування, передбачає існування конкурентної боротьби між її елементами за отримання сприятливих умов свого розвитку. У разі програшу цього змагання суб'єкти господарювання зазнають фінансового краху: спочатку стають неплатоспроможними, а згодом і банкрутують. Неплатоспроможність — це стан неможливості виконання підприємством своїх фінансових зобов'язань перед зовнішніми та внутрішніми особами, спричинений неадекватністю вхідних і вихідних грошових потоків за обсягами та часом формування, а також браком резервів грошових коштів. Основною причиною неплатоспроможності є зниження ефективності господарювання внаслідок прийняття неправильних управлінських рішень, зокрема у сфері фінансів, виробництва, маркетингу, а також негативного впливу несприятливих факторів зовнішнього середовища господарювання. Критеріями неплатоспроможності підприємства, що встановлені вітчизняними нормативними актами, є коефіцієнти покриття, забезпеченості власними оборотними коштами та абсолютної ліквідності. Ключовими класифікаційними ознаками та різновидами неплатоспроможності суб'єкта господарювання є основна причина виникнення (повна, технічна), фактичний стан фінансових ресурсів боржника (реальна, фіктивна, прихована) та умисність створення скрутного становища (умисна, неумисна).

Банкрутство суб'єкта відбувається тому, що підприємство, не володіючи достатнім обсягом активів у ліквідній формі, неспроможне погасити або відстрочити виплату своїх боргів, зацікавивши кредиторів або інвесторів у доцільності свого існування на ринку. Основними атрибутами підприємства, якому загрожує банкрутство, є несприятлива структура джерел фінансування, незадовільна фінансова стійкість і платоспроможність, нераціональна структура та недостатній рівень ліквідності майна, збитковість діяльності.

Підставою для подання заяви про банкрутство є непогашення зобов'язань на суму не меншу 300 мінімальних розмірів заробітної плати протягом періоду, більшого за три місяці після настання встановленого строку їх сплати. Крім того, законодавство вимагає від боржника власноручно ініціювати порушення справи про своє банкрутство у тому разі, коли задоволення вимог одного або кількох кредиторів призведе до неможливості виконання грошових зобов'язань у повному обсязі перед іншими кредиторами. Банкрутство підприємства класифікується за багатьма ознаками, основними з яких є умисність виникнення (необережне, умисне), фактичний стан підприємства (реальне, фіктивне, приховане), ініціаторство щодо розгляду справи про банкрутство (добровільне, примусове) тощо.

В економічній теорії та практиці господарювання існує значна кількість методик оцінювання ймовірності банкрутства підприємства, які за методом, що покладений в їх основу, можна згрупувати на моделі дискримінантного аналізу, моделі формалізованих критеріїв, моделі аналізу коефіцієнтів і моделі аналізу грошових потоків. До застосування методик прогнозування ймовірності банкрутства суб'єкта господарювання слід ставитися вважено, адже отримані висновки щодо перспектив підприємства можуть суттєво відрізнятись між собою.

Механізми банкрутства доволі часто можуть використовуватися з метою особистого збагачення, придушення конкуренції та інших мотивів. Такими правопорушеннями є фіктивне, умисне та приховане банкрутство, для виявлення яких слід використовувати не лише нормативно затверджені методичні рекомендації, а орієнтуватися передусім на ідентифікацію їх типових ознак.



Питання для самоконтролю

- 1. Що таке неплатоспроможність підприємства та які її причини?*
- 2. Які є різновиди неплатоспроможності та в чому полягає їх сутність?*
- 3. Якими є нормативні параметри неплатоспроможності?*

4. Що таке банкрутство підприємства та які його причини?
5. Хто може ініціювати банкрутство підприємства та які необхідні для цього параметри заборгованості?
6. Які існують різновиди банкрутства та в чому полягає їх сутність?
7. У чому полягає сутність моделей дискримінантного аналізу?
8. Які методика є представниками моделей формалізованих критеріїв і в чому полягає їх зміст?
9. У чому полягає зміст моделей аналізу фінансових коефіцієнтів?
10. Поясніть сутність моделей аналізу грошових потоків.
11. Які типові ознаки прихованого банкрутства?
12. Як ідентифікувати фіктивне та умисне банкрутство суб'єкта господарювання?



Тестові запитання

1. Технічна неплатоспроможність є результатом...
 - a) асинхронності грошових припливів і відпливів, що, зазвичай, виникає внаслідок суттєвого прострочення дебіторської заборгованості;
 - b) значної втрати капіталу внаслідок неефективної діяльності;
 - c) подання до суду неправдивої заяви боржника про своє банкрутство;
 - d) приховування боржником свого незадовільного фінансово-майнового стану.

2. Однією з ознак наявності неплатоспроможності є значення коефіцієнта абсолютної ліквідності ($k_{л.а}$), яке ...
 - a) < 1 ;
 - b) $< 0,2$;
 - c) $\leq 0,5$;
 - d) ≥ 1 .

3. Згідно з нормативним актом структура балансу підприємства визнається незадовільною, а підприємство — неплатоспроможним у разі, якщо значення коефіцієнта забезпечення власними коштами ($k_{звок}$)

- a) < 1 ;
- b) $\leq 0,5$;
- c) ≥ 1 ;
- d) $< 0,1$.

4. Нормативним актом, яким визначається мінімальний розмір заробітної плати в Україні, є ...

- a) Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом»;
- b) Кодекс законів про працю;
- c) Закон України «Про розмір внесків на деякі види загальнообов'язкового державного соціального страхування»;
- d) Закон України «Про оплату праці»;
- e) Закон України «Про державний бюджет» на відповідний рік.

5. Заява про банкрутство боржника може бути подана ...

- a) підприємством-боржником;
- b) кредитором або їх групою;
- c) господарським судом;
- d) арбітражним керуючим;
- e) правильними є відповіді a та b.

6. Стосовно підприємства можна подавати заяву про банкрутство, якщо його неплатоспроможність характеризується такими параметрами ...

- a) прострочення погашення заборгованості на термін більше 3 місяців і на суму, що перевищує 300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;
- b) прострочення погашення заборгованості на термін більше 3 тижнів і на суму, що перевищує 300 мінімальних розмірів зарплати;
- c) прострочення погашення заборгованості на термін більше 3 місяців і на суму, що перевищує 300 мінімальних розмірів оплати праці громадян.

7. Формула $Z = c_0 + c_1x_1 + c_2x_2 + c_3x_3 + c_4x_4 + \dots + c_nx_n$ найбільше підходить до моделі ...

- a) Аргенті;
- b) О. О. Терещенка;
- c) аналізу грошових потоків;

d) У. Бівера;
e) рекомендацій комітету Великої Британії з узагальнення практики аудиту.

8. Рівняння $Z = c_0 + c_1x_1 + c_2x_2 + c_3x_3 + c_4x_4 + \dots + c_nx_n$ є концептуальною формулою моделі ...

a) Е. Альтмана;
b) Аргенті;
c) аналізу грошових потоків;
d) У. Бівера;
e) рекомендацій комітету Великої Британії з узагальнення практики аудиту.

9. Методичну розробку О. О. Терещенка щодо прогнозування ймовірності банкрутства слід віднести до групи моделей ...

a) дискримінантного аналізу;
b) формалізованих критеріїв;
c) аналізу фінансових коефіцієнтів;
d) аналізу грошових потоків.

10. Коефіцієнт Бівера розраховується як ...

a) відношення різниці чистого прибутку та амортизаційних відрахувань до суми сукупних зобов'язань підприємства;
b) відношення чистого прибутку до зобов'язань підприємства;
c) відношення різниці між чистим прибутком та амортизаційними відрахуваннями до величини поточних зобов'язань підприємства;
d) відношення амортизаційних відрахувань до величини довгострокових зобов'язань підприємства.



Практичні завдання

Задача 10.1

Визначте підприємство з незадовільною структурою балансу, яке згідно з чинним законодавством повинно бути внесено до реєстру неплатоспроможних підприємств і організацій.

Параметри балансу аналізованих компаній на дату оцінювання, тис. грн.

Актив	АТ «А»	АТ «Б»	АТ «В»		Пасив	АТ «А»	АТ «Б»	АТ «В»
Розділ 1. Позаоборотні активи	1250	1310	830		Розділ 1. Власний капітал	1600	948	549
Розділ 2. Оборотні активи, всього в т.ч	2340	974	619		Розділ 2. Забезпечення наступних витрат і платежів	2	0	0
✓ поточні фінансові вкладення	25	18	10		Розділ 3. Довгострокові зобов'язання	500	300	200
✓ грошові кошти	47	52	28		Розділ 4. Поточні зобов'язання	1500	1040	681
Розділ 3. Витрати майбутніх періодів	12	4	0		Розділ 5. Доходи майбутніх періодів	0	0	19
<i>Всього активів</i>	<i>3602</i>	<i>2288</i>	<i>1449</i>		<i>Всього пасивів</i>	<i>3602</i>	<i>2288</i>	<i>1449</i>

Задача 10.2

За даними фінансової звітності ПрАТ «Дублер» ідентифікуйте наявність нормативних ознак неплатоспроможності в компанії.

Задача 10.3

Оцініть ймовірність банкрутства ПрАТ «Дублер» за допомогою моделей дискримінантного аналізу та аналізу фінансових коефіцієнтів.



Завдання для написання дипломних робіт

- За даними форм звітності обраного промислового підприємства:
- 1) ідентифікуйте наявність ознак неплатоспроможності;
 - 2) проаналізуйте рівень платіжної дисципліни досліджуваного підприємства (факти невчасних розрахунків за зобов'язаннями, суму нарахованих і сплачених штрафних санкцій, участь у судових позовах щодо невиконання фінансових зобов'язань як відповідач);
 - 3) визначте ймовірність банкрутства за допомогою вітчизняних і зарубіжних моделей дискримінантного аналізу;
 - 4) оцініть перспективи підприємства на продовження своєї діяльності за допомогою моделей формалізованих критеріїв;
 - 5) встановіть наявність фінансової кризи на підприємстві за допомогою методик аналізу фінансових коефіцієнтів;
 - 6) зіставте отримані результати та зробіть висновок щодо перспектив підприємства.

Тема

11

**ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ
РІШЕНЬ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ
БІЗНЕС-ДІАГНОСТИКИ
ПІДПРИЄМСТВА**

Ключові поняття і терміни

- *проблема;*
- *управлінський вплив;*
- *управлінське рішення;*
- *SWOT-аналіз;*
- *SNW-аналіз;*
- *PEST-аналіз*

11.1. Сутнісно-видова характеристика управлінських рішень.

11.2. Технологія розроблення та реалізації управлінських рішень.

11.3. Використання результатів бізнес-діагностики у стратегічному плануванні.

Вивчивши матеріал цієї теми, ви будете **знати**:

- ✓ типи та сутність реакції керівництва на зміну параметрів середовища;
- ✓ класифікаційні ознаки та види управлінських рішень;
- ✓ стадії прийняття та основні характеристики ефективних господарських рішень;
- ✓ типовий алгоритм та зміст етапів розроблення і реалізації управлінських рішень;
- ✓ технологію розроблення стратегічних рішень з використанням моделей SWOT-, SNW- і PEST-аналізу,

а також *уміти*:

- ✓ застосовувати методи активізації творчого пошуку для напрацювання господарських альтернатив;
- ✓ формувати матриці SWOT-, SNW- і PEST-аналізу та проектувати на їх основі стратегічні управлінські рішення.



11.1. Сутнісно-видова характеристика управлінських рішень

Після проведення комплексної діагностики діяльності підприємства його керівництво повинно відповідно відреагувати на виявлені можливості та загрози. При цьому основним завданням управління підприємством за звичайних умов господарювання є забезпечення його стійкого розвитку в економічному, техніко-технологічному, організаційному та ресурсному аспектах відповідно до мети функціонування.

Поряд з цілепокладанням, важливим параметром менеджменту є часові характеристики. Базуючись на співвідношенні часу початку фактичних дій, до моменту раціонального початку дій — тобто моменту, коли накопичені дані з високим ступенем імовірності свідчать про те, що погіршення результатів діяльності фірми стало незупинним і необхідно вживати спеціальних контрзаходів, виділяють три варіанти поведінки (реакції) керівництва фірми при зіткненні з можливою загрозою:

1) *реактивне управління*, що характерне для великих, «старих» фірм, які мають багаторічний досвід успішної діяльності. Для таких підприємств переконливих даних виявляється недостатньо для того, щоб з їх боку відбулася швидка реакція. В таких випадках початок реакції запізнюється відносно моменту раціонального початку дій, і фірма зазнає найбільших збитків;

2) *активне управління* є характерним для невеликих фірм, які хоча й не приділяють достатньої уваги вивченню зовнішнього середовища та прогнозуванню, але завдяки енергійності своїх керівників реагують у момент раціонального початку дій. Як тільки надходить інформація про те, що зниження результативності не може бути наслідком нормальних коливань, керівництво підприємства вдається до необхідних заходів;

3) *планове управління* — пов'язано з використанням неекстраполятивного прогнозування розвитку, структурного економічно-

го прогнозування, формуванням сценаріїв, що безпосередньо пов'язані з виявленням можливих змін і потенційних загроз. Такі прогнози дають фірмі можливість вжити превентивних заходів ще до початку події, завдяки цьому й досягається мінімізація збитків від негативного явища. Якщо за реактивного і, меншою мірою, активного управління, застосовуються переважно оперативні превентивні дії (зниження цін на продукцію, заміна застарілого обладнання, обмеження найму робочої сили тощо), то для планового управління характерним є вжиття стратегічних заходів (проникнення у нові сфери бізнесу, зміна виробничої спеціалізації фірми, її суттєва реорганізація).

Вибір того чи іншого варіанта поведінки фірми, перед якою посталала загроза негативного впливу певного явища чи процесу, залежить від динамічності розвитку галузі, ступеня конкуренції в ній, місця підприємства на ринку та його ресурсних можливостей.

Усю сукупність управлінських рішень можна поділити на п'ять категоріальних груп (рис. 11.1).

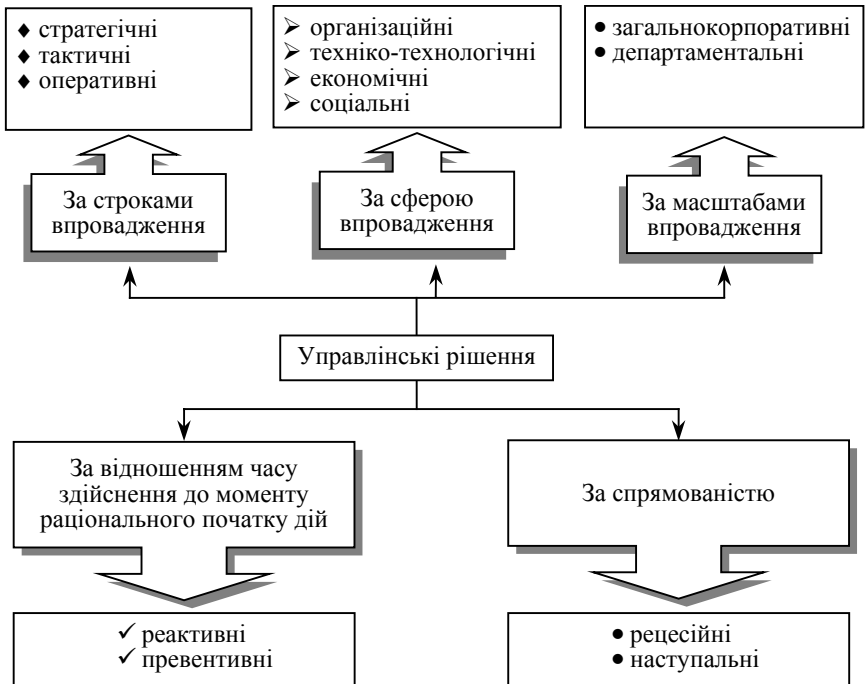


Рис. 11.1. Види управлінських рішень

За відношенням часу розроблення і впровадження заходів до моменту раціонального початку дій:

✓ *превентивні* — заходи, розроблені і впроваджені в момент раціонального початку дій. Такі заходи є упереджувальними, вони орієнтовані на недопущення формування кризи підприємства;

✓ *реактивні* — це заходи, розроблення і впровадження яких відбулося пізніше моменту раціонального початку дій. Такі заходи спрямовані на виправлення кризового стану організації.

За своєю спрямованістю усі управлінські рішення можна поділити на:

➤ *рецепційні* — дії, спрямовані на скорочення сфер і масштабів діяльності, вилучення інвестицій (продаж окремих підрозділів, активів);

➤ *наступальні* — заходи, що передбачають розвиток сфер і збільшення масштабів діяльності підприємства (створення стратегічних альянсів, придбання інших підприємств, інвестиції на розширене відтворення техніко-технологічної бази виробництва).

За строками впровадження управлінські рішення ділять на:

✓ *стратегічні* — зміни довгострокових цілей, напрямів діяльності, організаційно-правової форми господарювання, власників, організаційної культури, загальної структури підприємства, його місця розташування тощо. Такі заходи потребують значного часу на їх впровадження;

✓ *тактичні* — зміни в ресурсному (кадровому, фінансовому, матеріально-технічному) забезпеченні функціонування організації, модифікація виробничої програми тощо. Тактичні заходи реалізуються, як правило, протягом 1—2 років;

✓ *оперативні* — заходи аврального характеру, спрямовані на недопущення поширення кризи та банкрутства організації в найближчому майбутньому. Такі дії представлені реалізацією активів підприємства з метою погашення боргів, веденням переговорів з кредиторами на предмет реструктуризації заборгованості. Оперативні заходи мають бути впроваджені в перші місяці здійснення антикризової програми.

За масштабами впровадження управлінські рішення поділяють на:

◆ *загальнокорпоративні* — заходи загального характеру, впровадження яких стосується всіх структурних підрозділів підприємства;

◆ *департаментальні* — антикризові заходи, що мають бути реалізовані в межах окремих підрозділів або служб.

За сферою впровадження доцільно виділяти:

➤ *організаційні* — зміни, спрямовані на покращання організації всіх видів діяльності підприємства (модифікація організаційної та загальної структури, юридичного статусу підприємства, зміна власника, форм організації виробництва та колективної праці тощо);

➤ *техніко-технологічні* — заходи щодо продукції, технології та засобів виробництва;

➤ *економічні* — зміни, які стосуються сфери господарського управління і реалізуються за допомогою використання прогресивних методів та інструментів прогнозування й планування діяльності, фінансування, ціноутворення, оцінки результатів діяльності тощо;

➤ *соціальні* — заходи, спрямовані на активізацію людського чинника організації: коригування чисельності працівників, підвищення освітньо-кваліфікаційного рівня персоналу, розроблення ефективної системи мотивації працівників та ін.

Варто *зазначити*, що процес управлінського впливу має три стадії (рис. 11.2).



Рис. 11.2. Стадії управлінського впливу

Основними характеристиками ефективного рішення є його обґрунтованість, реальність, своєчасність, гнучкість і максимальний економічний ефект (рис. 11.3).

Ключовою властивістю ефективного рішення є обов'язковий розгляд альтернатив, які забезпечують доцільність і усвідомленість їх вільного вибору.

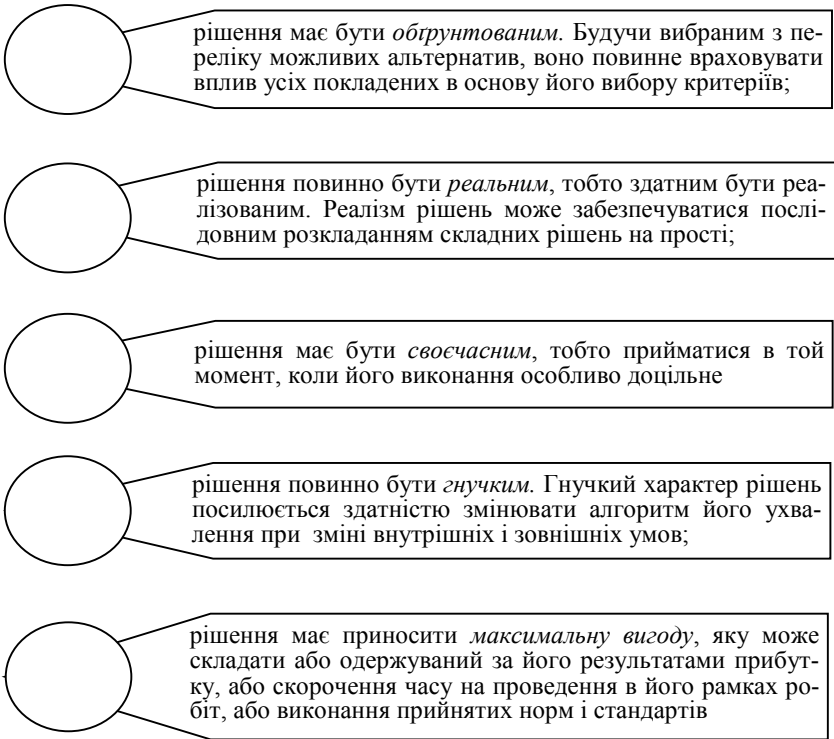


Рис. 11.3. Основні характеристики ефективних рішень



11.2. Технологія розроблення та реалізації управлінських рішень

Формальною підставою ухвалення ефективних рішень є використання *алгоритму ухвалення управлінських рішень*, який узагальнює досвід значної кількості успішних підприємств. В економічній літературі з цього питання є численні публікації різних авторів.

У основі наведеного нижче алгоритму лежить процедура, розроблена американськими дослідниками Л. Планкеттом і Р. Хейлом, і яка проілюстрована на рис. 11.4.

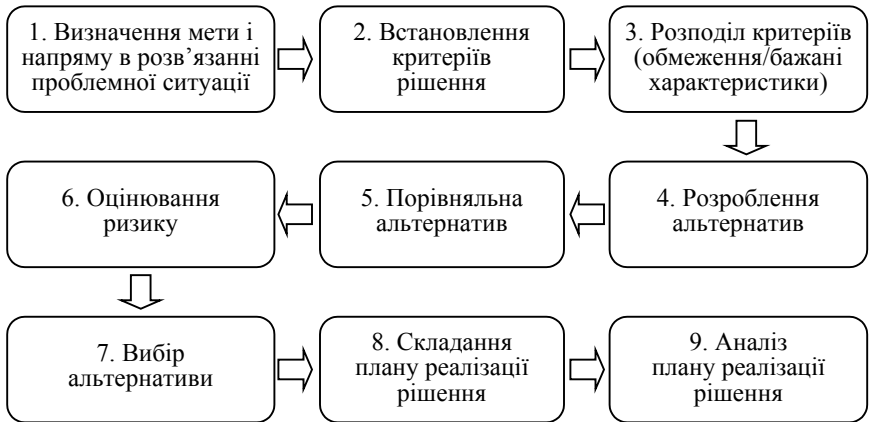


Рис. 11.4. Алгоритм прийняття ефективного управлінського рішення

Розглянемо детальніше кожен із наведених етапів.

1. Визначення мети і напрямку в розв'язанні проблемної ситуації

Практично всі економічні ситуації зводяться до знаходження таких змінних параметрів, які б дозволили підприємству в остаточному підсумку мінімізувати витрати та / або максимізувати дохід. Інколи необхідні такі рішення, які дозволяють якнайповніше використати наявні ресурси (завантаження обладнання, розподіл роботи між бригадами тощо) та досягти якогось конкретного результату (наприклад, рівня беззбитковості або заданого рівня прибутку).

Як бачимо, мета підприємства щодо будь-якої проблемної ситуації може бути конкретизована (визначена) якимось параметром, що має досягти максимального, мінімального або конкретного значення.

2. Встановлення критеріїв рішення

При встановленні критеріїв рішення повинні бути знайдені такі контрольні показники (змінні), які максимально повно охоплювали б якнайкращі умови реалізації поставленої мети. Зазвичай, такими змінними бувають обсяги (виробництва, перевезення, виробничих площ або двозначні дані типу «так/ні» за умови прийняття/відхилення альтернативи).

Крім того, змінні мають бути підібрані так, щоб вони задовольняли ряд вимог (не перевищували використання наявних ресурсів, були не меншими за потреби підприємства, враховували умови договорів з партнерами тощо).

Наприклад, при виборі місця для розміщення нового офісу підприємства повинні бути враховані такі умови, що набирають значення критеріїв: мінімальна площа приміщення, максимальні витрати (розміри орендної плати), місцезнаходження (включаючи під'їзні шляхи, автостоянку і т. д.).

3. Розподіл критеріїв (обмеження / бажані характеристики)

З погляду відношення до них суб'єкта управління, критерії ухвалення рішення поділяються на «бажані характеристики» і «обмеження». Головна їх відмінність полягає в тому, що «подолати обмеження» можна лише після додаткового залучення найобмеженішого з ресурсів, а «бажані характеристики» можуть бути змінені через зменшення амбіцій керівництва.

Для попереднього прикладу встановлення цифрових значень мінімальної площі, максимальних витрат, характеру місцевості якраз і є *обмеженнями*, що визначають практичний діапазон вибору в ухваленні рішення, пов'язаного з проблемою вибору місця для оренди приміщення.

Бальні значення *бажаних характеристик*, що беруться з метою ефективного ухвалення рішення, можуть бути розподілені між різними критеріями: близькістю до постачальників продукції, легкістю під'їзду клієнтів, розташуванням у крупній промисловій зоні з інтенсивним рухом, мінімальними витратами на будівництво і завезення устаткування та ін.

4. Розроблення альтернатив

Альтернативи є ключовим компонентом ефективного рішення. Ефективність рішення багато в чому визначається тим, з якої кількості альтернативних варіантів вибраний цей варіант рішення. Відсутність альтернативних варіантів свідчить або про недостатню інформованість особи, що ухвалює рішення, або про дефіцит часу, що відводиться на ретельну перевірку емпіричної бази для цього рішення. А це підвищує ступінь вірогідності помилки в ухваленні рішення, утруднює вибір оптимального варіанта.

При напрацюванні альтернатив необхідне дотримання таких *вимог*:

- ✓ альтернативи повинні взаємно виключати одна одну;
- ✓ альтернативи мають виходити із максимальних відмінностей за виділеними критеріями;
- ✓ альтернативи повинні бути однаково вірогідними.

Із загальної теорії систем відомі чотири основні *способи розв'язання проблем*:

1) *absolution* — «помірність» — відмова від вирішення проблеми з надією, що вона розв'яжеться сама;

2) *resolution* — «часткове розв'язання» — пом'якшення гостроти проблеми, дозволяючи існування окремих суперечностей;

3) *solution* — «оптимальне рішення за даних умов» — максимальне використання наявних ресурсів для розв'язання проблеми;

4) *dissolution* — «розчинення проблеми» — передбачає виявлення суперечливих інтересів і цілей усіх учасників проблеми та пошук альтернатив для їх задоволення й створення умов, що включають виникнення подібних проблем у майбутньому.

З метою підвищення ефективності управлінських рішень доцільно використовувати методи «творчих нарад», застосування яких дозволяє генерувати нові, оригінальні способи розв'язання управлінських проблем, що суттєво відрізняються від відомих у теорії та практиці. При цьому основною метою активізації творчого пошуку є виявлення якнайбільшої кількості способів розв'язання проблеми. До найбільш застосовуваних методів «творчих нарад» слід віднести:

- ✓ метод «мозкової» атаки;
- ✓ метод колективного блокнота;
- ✓ метод морфологічного аналізу;
- ✓ метод аналізу проблем;
- ✓ ділові ігри тощо.

Метод «мозкової атаки» являє собою спосіб організації дослідження за необхідності оперативного пошуку раціональних розв'язків проблеми на основі використання творчих можливостей та колективної взаємодії кола фахівців (теоретиків і практиків). У процесі «мозкової атаки» обговорюються усі ідеї, що були висунуті експертами для розв'язання поставленого завдання. При цьому основними передумовами ефективного використання творчих можливостей є:

- ✓ використання як учасників творчої групи активних, комунікабельних професіоналів з розвиненою науковою уявою та інтуїцією, позитивним критичним та незалежним мисленням, широкою науковою зацікавленістю, кругозором і досвідом, які є терпимими до чужих ідей;

- ✓ чітке формулювання проблеми, завдання та основних критеріїв ефективності її розв'язання;

- ✓ результативна мотивація висунування різноманітних ідей та пропозицій;

- ✓ заборона критики та обґрунтування висунутих ідей і пропозицій на постановочно-генераційному етапі атаки;

- ✓ збалансований позитивізм при здійсненні аналізу ідей;
- ✓ конструктивізм, що забезпечує орієнтацію поданих ідей для розв'язання проблеми на основі реальності та ефективності;
- ✓ формування сприятливої соціально-психологічної атмосфери творчості, що передбачає відкритість, природність і взаємодієприйнятність при спілкуванні;
- ✓ повнота аналізу, узагальнення та чітка критеріальність оцінювання ідей.

Метод *колективного блокнота* передбачає створення банку ідей членами робочої групи, що складається з фахівців у галузі розв'язуваної проблеми. Попередньо керівник групи пояснює й формулює завдання, відповідно до якого кожен член групи висуває незалежно один від одного ідеї та записує їх у блокнот або картку визначеної форми, що після закінчення певного терміну передається керівнику групи. Так створюється банк ідей. Згодом на одній з творчих нарад відбувається обговорення ідей та визначаються рекомендації для прийняття рішення.

Метод *морфологічного аналізу* полягає в декомпозиції складної проблеми на простіші підпроблеми та подальшому розробленні і вивченні усіх можливих варіантів досягнення поставленої мети дослідження, що випливають зі специфіки будови та форм аналізованого об'єкта — його морфології. При цьому пропонуються як відомі, так і нові, багато в чому нелогічні, варіанти подолання суперечностей у кожній підпроблемі. Після цього здійснюють аналіз отриманих варіантів на основі їх зіставлення, що може здійснюватися на основі різноманітних методів, у тому числі і кваліметрії. Аналізуючи можливі варіанти вирішення підпроблем, для спрощення їх поділяють за критерієм реалізації на кілька груп:

- 1) можливі для реалізації за наявних умов;
- 2) можливі для реалізації, але за спеціальних умов;
- 3) теоретично можливі;
- 4) нереальні варіанти.

При цьому з усіх груп з подальшого розгляду доцільно усунути усі нереальні альтернативи, а усі інші піддати аналізу за заздалегідь вибраною сукупністю критеріїв (економічних, організаційних, технічних, методичних тощо).

Сутність *методу аналізу проблем* полягає в тому, що за відповідними об'єкту діагностики запитаннями (наприклад, що, де, коли, як) визначають відхилення того чи іншого параметра від бази (нормативу, аналога). За виявленими відхиленнями встановлюють наявність суперечностей і характер проблеми, а потім на

основі логічного аналізу та умовиводів знаходять причини її виникнення. Для застосування цього методу доцільно створювати спеціальну матрицю, що може мати вигляд табл. 11.1.

Таблиця 11.1

ОРІЄНТОВНА МАТРИЦЯ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ПРОБЛЕМИ

Питання	Що аналізується?	Де (місце)?	Коли (час)?	Якою мірою?
Відхилення аналізованої ознаки (параметра) від базового				
<i>Формулювання проблеми (якщо є)</i>				
Аналог, де немає проблеми				
Аналіз і формулювання причини				
Напрямок подолання причини				
Необхідні зміни для подолання причини				

Особливу увагу слід звернути на визначення відхилень об'єкта аналізу від аналога, адже саме таке відхилення є наслідком впливу однієї або кількох причин.

Використання *ділових ігор* є ще одним ефективним методом дослідження та напрацювання управлінських рішень і навчання спеціалістів. У процесі гри моделюються та імітуються реальні практичні дослідницькі процеси, що дозволяє розв'язувати досить складні завдання в галузі управління. При проведенні ділової гри учасників ділять на рольові групи, кожна з яких має свої ролі, обов'язки, завдання. Весь процес ділової гри можна поділити на два етапи:

1) підготовчий — формулювання попередньої мети гри; підбір і підготовка групи; опис ситуації; постановка цілей і визначення завдань; формування правил гри; розроблення і аналіз моделей досліджуваного об'єкта; формування рольових підгруп і організація їх роботи;

2) творчий, що передбачає самостійну роботу підгруп — збір та обробку інформації; підгрупову дискусію з напрацюванням попередніх рішень; організація і проведення групової дискусії; узагальнення, аналіз та формування остаточних рішень.

Вибір того чи іншого методу пошуку та обґрунтування оптимальних господарських рішень залежить від характеру та масш-

табів впливу проблеми, наявного часу, а також ресурсних можливостей підприємства. При цьому використання під час прийняття господарських рішень кількох методів лише підвищить ефективність такого процесу.

5. Порівняння альтернатив

Для того щоб здійснити успішний вибір альтернативи, необхідно, щоб всі можливі варіанти рішень були розділені за підставами і були сумісними. Альтернативні варіанти управлінських рішень повинні зводитися до зіставного вигляду за кількома чинниками: за часом, якістю об'єкта, масштабом (обсягом) виробництва об'єкта, очікуваною матеріальною вигодою, відповідністю профілю діяльності організації, залученням додаткової інформації, а також за рівнем ризику і невизначеності.

При цьому зіставність альтернативних варіантів управлінського рішення має відповідати ряду правил:

- ◆ кількість альтернативних варіантів повинна бути не меншого трьох;
- ◆ як базовий варіант рішення має братися останній за часом варіант. Решта варіантів зводиться до базового за допомогою корегуючих коефіцієнтів;
- ◆ формування альтернативних варіантів повинне відображати весь можливий спектр можливостей.

Після цього розробляються і порівнюються альтернативи. За підставу порівняння береться питання про те, яка альтернатива краще всього відповідає цьому критерію. З урахуванням цієї обставини кожній альтернативі присвоюється відповідний бал, в значення якого входить характер можливих наслідків ухваленого рішення. Оцінювання кожної альтернативи може бути здійснено за кожним критерієм за порядковою (ранговою) шкалою (табл. 11.2).

Таблиця 11.2

**ОЦІНЮВАННЯ АЛЬТЕРНАТИВ
ЗА КІЛЬКОМА КРИТЕРІЯМИ В УХВАЛЕННІ РІШЕННЯ (ПРИКЛАД)**

Критерій	Альтернатива		
	A ₁	A ₂	A ₃
А	1	3	2
Б	2	3	1
В	2	1	3
Г	3	2	1
Разом	8	9	7

По горизонталі (рядки А, Б, В, Г) виставляються бали (1, 2 або 3) по кожній із альтернатив (A_1 , A_2 , A_3) відповідно до того, яка з них найкраще / гірше / найгірше задовольняє відповідний критерій. Потім підсумовуються бали по кожній з альтернатив. Та з них, що набрала найменшу кількість балів, вважається найдоцільнішою.

У такий спосіб, встановлюються пріоритети у виборі альтернатив, а разом з ними і обґрунтованість в ухваленні оптимального рішення. Згідно з даними таблиці, якнайкращим варіантом з погляду виділених критеріїв є альтернатива A_3 із загальною сумою 7 балів.

Але наскільки доцільний цей вибір? Адже, крім очікуваних за його результатами сприятливих наслідків, досить істотним є чинник ризику, що робить ці очікування часом неспроможними.

Ефективність вибору визначає не тільки оцінка альтернативи за основними критеріями, а й допустимий ступінь ризику.

6. Оцінювання ризику

Ризик — це ситуативна характеристика діяльності економічних суб'єктів, що полягає в невизначеності її результату і настанні несприятливих наслідків. Розглядати суть ризику можна як у статичному, так і в динамічному сенсі. У статичному сенсі суть ризику полягає в способі його виразу, що диференціюється залежно від сфери його виникнення (економічний, соціальний, політичний, екологічний, фінансовий і ін.), характеру прояву ризику (систематичний і випадковий ризику).

Основними параметрами ризику є:

- 1) розмір можливого збитку, що настає в результаті настання несприятливої події або збігу кількох таких подій;
- 2) ймовірність настання несприятливої події;
- 3) показник можливих витрат, пов'язаних з ліквідацією наслідків ризикової події і відновлення колишнього положення;
- 4) вартість упущеної вигоди. В цьому випадку ризик характеризується суб'єктивною оцінкою вірогідної, очікуваної величини максимального доходу в разі використання відхиленої альтернативи;
- 5) ступінь несприятливості наслідків від настання ризикової події для кожного з його учасників.

Отже, остаточному вибору альтернативи передують оцінювання ризику — оцінювання результату настання певної події з погляду несприятливих наслідків цієї події для його основних учасників.

З погляду технології, розрізняють якісне і кількісне оцінювання ризику.

Якісний характер оцінювання ризику полягає у визначенні переліку чинників, що зумовлюють прояв несприятливої події. Кожний з чинників детально аналізується, описується і оцінюється з погляду його стійкості і ступеня дії. Результатом якісного оцінювання ризику може бути ранжирування чинників ризику за різними підставами їх диференціації, уявлення механізму прояву ризикової події та ін.

В кількісному плані виділяються такі способи розрахунку ризику:

1) $r = y \cdot p$, де y — можливий збиток, а p — ймовірність цієї події;

2) $r = y + c$, де y — можливий збиток, а c — витрати на нейтралізацію можливого збитку.

3) $r = v \cdot p$, де p — ймовірність ризикової події, а v — серйозність наслідків для цієї організації.

Одержані за наслідками кожного способу кількісні показники відображають експертну оцінку характерного для кожної досліджуваної події несприятливого результату, врахування якого дозволить розробити заходи з нейтралізації тенденцій, здатних спричинити передбачуваний результат. Добуток цих показників дозволяє порівнювати альтернативи з погляду ризику, що закладається на їх реалізацію, і обирати оптимальний варіант альтернатив.

Зважаючи на неможливість повного елімінування загроз функціонуванню підприємства, важливе місце в діяльності керівника посідають заходи, спрямовані на пом'якшення негативних наслідків небажаних подій та процесів. З господарської практики відомі такі *методи мінімізації втрат* від реалізації ризиків у діяльності підприємства:

◆ попередження:

- ✓ стратегічне планування;
- ✓ прогнозування динаміки стану зовнішнього середовища;
- ✓ моніторинг змін умов ведення бізнесу;
- ✓ активний цілеспрямований маркетинг та ін.;

◆ відхилення:

- ✓ відмова від ненадійних партнерів;
- ✓ відмова від ризикових проектів;
- ✓ розподіл ризиків між кількома партнерами й ін.;

◆ локалізація:

- ✓ створення венчурних і спільних підприємств / проектів;

- ✓ виділення ризикових напрямів бізнесу в автономні господарські одиниці;
- ✓ створення системи «фільтрів» у діяльності підприємства;
- ◆ дисипація:
 - ✓ інтеграція діяльності;
 - ✓ диверсифікація (збуту, постачань, інвестицій, сфер бізнесу й ін.);
 - ✓ розподіл ризику в часі.

Альтернативою застосування цих методів слугує *метод відшкодування втрат* від реалізації ризиків господарської діяльності підприємства, який передбачає створення системи резервів (самострахування, страхування господарських ризиків, пошук гарантів, передавання ризиків і ін.).

7. Вибір альтернативи

Головним при виборі альтернативи є пріоритети керівництва в ухваленні управлінських рішень. До характерних для оптимального вибору альтернативного рішення критеріїв можна віднести надійність, технологічність, оперативність, екологічність, економічність, продуктивність, якість, корисність й ін.

Вибираючи кращу альтернативу, слід дотримуватися таких *правил*:

- ✓ для реалізації обирається та альтернатива, яка отримала максимальну кількість «позитивних» експертних балів за виділеними критеріями;
- ✓ обирається та альтернатива, яка має оптимальний баланс між прибутковістю і ризиком;
- ✓ у плані реалізації рішення обирається та альтернатива, яка припускає максимально повну згоду експертів за виділеними критеріями.

Серед найвідоміших методів, які дозволяють здійснювати ефективний вибір альтернатив в ухваленні рішень, слід виділити:

- ◆ метод «згортки», за якого розраховуються значення єдиного комплексного критерію для кожного альтернативного варіанта рішення;
- ◆ принцип Парето, за якого зіставляються оцінки альтернативних варіантів рішень за кількома критеріями і відкидаються «доміновані» рішення;
- ◆ лексикографічний вибір, за якого вибір здійснюється спочатку за найважливішими критеріями, а потім за менш важливими;
- ◆ «правило максимуму», використовуване за ігрового підходу, яке реалізує стратегію гарантованого результату, коли вибира-

ється варіант, що дає максимальний ефект за найменш сприятливих дій супротивника.

8. Складання плану реалізації рішення

Результат реалізації всіх попередніх етапів є основою для складання плану реалізації рішення. Якщо оптимальне рішення буде ухвалено, але не передбачений механізм його реалізації і не враховані можливі чинники, що перешкоджають цій реалізації, то результати прийняття такого рішення будуть негативні.

У зміст аналізу плану слід включити такі розділи:

- ✓ короткий виклад плану;
- ✓ перелік і розгляд етапів плану з виявленням критичних моментів;
- ✓ виявлення потенційних проблем і можливостей;
- ✓ визначення найбільш ймовірних причин основних потенційних проблем і можливостей;
- ✓ розроблення застережливих або сприяючих заходів;
- ✓ розроблення страхувальних заходів;
- ✓ розроблення умов для введення в дію заходів, що підстраховують.

Завершується процедура ухвалення рішення аналізом складеного плану його реалізації. Останнє потрібно для того, щоб визначити критичні етапи в реалізації прийнятого рішення і зосередити на них увагу керівництва під час реалізації.

9. Аналіз плану реалізації рішення

При визначенні критеріїв ухвалення ефективних рішень необхідно враховувати не тільки алгоритм їх прийняття, а й способи практичного втілення ухвалених рішень у життя. Успішність рішення може бути оцінена з трьох сторін, що відповідають стадіям процесу ухвалення рішення: розроблення, прийняття і реалізації.

У процесі *розроблення* рішення головна увага приділяється оцінюванню проблемної ситуації, стосовно якої проводиться вибір оптимального рішення. Ключовим критерієм ефективності рішення на цій стадії є повнота опису проблемної ситуації, адекватність засобів її виразу, що передують вибору якнайкращого варіанта впливу на проблему.

Стадія безпосереднього *ухвалення* рішення передбачає врахування всіх можливих варіантів в ухваленні рішення (альтернатив), прогнозування очікуваних вигід і ризиків у разі того або іншого вибору. На стадії *реалізації* рішення ефективність досягається залученням організаційних і технологічних ресурсів, можливістю виконання рішення, кваліфікацією персоналу, відповідального за його виконання, а також наявністю умов, здатних

вплинути на результат. У процесі розроблення рішень найважливішим є формулювання критеріїв, оцінка їх значущості відносно один до одного, що дозволяє адекватно оцінити кожну з альтернатив розв'язання проблемної ситуації.

Дієвим методологічним засобом проведення такого оцінювання може послужити матрична модель, яка дає змогу диференціювати критерії з погляду їх ролі в підготовці вибору оптимальної альтернативи (табл. 11.3).

Таблиця 11.3

МОДЕЛЬ ОЦІНКИ КРИТЕРІЇВ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ПРОЕКТІВ (ПРИКЛАД)

Критерій	Вага	Оцінка					Разом
		дуже низька	низька	середня	висока	дуже висока	
		1	2	3	4	5	
1. Відповідність виробничої діяльності підприємства	0,2			+			0,6
2. Технічні характеристики	0,3		+				0,6
3. Патентний захист	0,1			+			0,3
4. Економічна віддача	0,25		+				0,5
5. Енерговитрати	0,15				+		0,6
Разом	1,0						

Вибір оптимального рішення здійснюється через зіставлення значущості кожного критерію і оцінювання його прояву в тій або іншій альтернативі. За даними таблиці виходить, що з п'яти виділених критеріїв 1, 2 і 5, не дивлячись на різницю їх вагових характеристик, виявляють однакову цінність в оцінці альтернативи, що з необхідністю повинно враховуватися при її виборі.

Найповніше потребам бізнесу в отриманні кількісно обґрунтованих рекомендацій для прийняття рішень відповідає галузь прикладної науки, яка дістала назву дослідження операцій. Її змістом є аналіз і розв'язування математичних задач, пов'язаних з вибором із множини допустимих значень таких, які задовольняють тим чи іншим критеріям оптимальності і називаються оптимальними.



11.3. Використання результатів бізнес-діагностики у стратегічному плануванні

Залежно від рівня, на якому приймаються рішення, а також від періоду, за який передбачено отримання їх результатів, управлінські рішення поділяються на стратегічні та оперативні. *Стратегічне управлінське рішення* — це рішення, пов'язане із залученням і використанням значного обсягу ресурсів для досягнення поставлених довгострокових цілей компанії. Його виконання відбувається в умовах невизначеності та ризику, а тому може супроводжуватись серйозними наслідками для компанії.

Стратегічні рішення, що приймаються на основі результатів попередньої діагностики бізнесу, мають такі особливості:

- ✓ інноваційний характер, а тому повинні бути відкритими та зрозумілими всім працівникам компанії;
- ✓ направлені на перспективні цілі підприємства, на майбутні можливості;
- ✓ визначаються множиною альтернатив, що мають свою процедуру формування та відбору;
- ✓ націлені на майбутнє, тому є невизначеними за своєю природою;
- ✓ потребують використання накопичених знань та досвіду діяльності у певній сфері;
- ✓ суб'єктивний характер, тобто не піддаються об'єктивному оцінюванню;
- ✓ характеризуються довгостроковими та незворотними наслідками;
- ✓ сприяють забезпеченню взаємозв'язку ресурсів компанії із рівнем її ділової активності;
- ✓ впливають на процес формування та використання ресурсів компанії у майбутньому.

Прийняття будь-якого стратегічного рішення підприємства вимагає усвідомлення сильних і слабких його сторін, реальних можливостей і вразливих місць відносно зовнішнього середовища. Ігнорування цього фундаментального етапу може призвести до створення стратегії, добре аргументованої з позицій відповідного ринку і оцінок майбутнього стану елементів бізнес-середовища, але не реалізованої внаслідок недостатньо обґрунтованих передумов цієї організації.

У перших книгах зі стратегічного менеджменту акцент робився на важливість того, що, залежно від уподобань автора, назива-

лося корпоративною оцінкою, позиційним аудитом, ситуаційним аналізом або оцінюванням сильних і слабких сторін, можливостей і загроз (SWOT-аналізом). Всі автори поділяли це завдання на дві частини: внутрішнє та зовнішнє оцінювання. Проте, не дивлячись на наявність принципово різних елементів, які покликані розв'язувати ці два підзавдання, їх все ж таки не можна вважати повністю незалежними одна від одного. «Внутрішні» аспекти слід розглядати, не забуваючи про те, що відбувається «зовні», а «зовнішні» завжди необхідно зіставляти з тим, що відбувається «всередині».

Основними аспектами оцінювання сильних і слабких сторін компанії є:

✓ *ефективність* виражається в тому, що організація «робить у належний спосіб те, що потрібно». Тому буває так, що компанія домагається високої ефективності в розподілі своїх продуктів, демонструючи при цьому не занадто високу ефективність в інноваціях, що забезпечують потік майбутніх продуктів. Видавець може досягати дуже високої ефективності в збуті своїх книг науковим організаціям, залишаючись при цьому надзвичайно неефективним у збуті книг звичайним книжковим магазинам (навіть незважаючи на високу якість продукції, що випускається);

✓ *ресурси* — являють собою економічні фактори, які компанія може контролювати. На перше місце зазвичай ставлять гроші, оскільки за наявності адекватних фінансових ресурсів часто (але не завжди) можна розв'язати проблеми і щодо таких ресурсів, як люди, обладнання та матеріали. Ресурси, які має (або до яких має доступ) організація, можуть бути фактором, що дозволяє їй робити більше того, що вона робить у цей час, або, навпаки, встановлювати верхню межу того, що вона може реально досягти;

✓ *гнучкість* — це здатність організації швидко адаптуватися до зовнішніх змін. Як простий приклад надзвичайної негнучкості можна навести процес перегонки нафти. Незважаючи на можливість внесення деяких змін до складу продуктів, що випускаються, для цього будуть потрібні надзвичайно великі капіталовкладення. З другого боку, автомати з виготовлення таблеток, що використовуються у фармацевтичній промисловості, дозволяють випускати велику різноманітність ліків, якщо, звичайно, мова йде про таблетки. Зрозуміло, гнучкість — це не тільки вибір конкретної галузі; вона може досягатися, наприклад, за допомогою аутсорсингу;

✓ *можливості* (в цьому контексті) являють собою універсальне поняття, що охоплює всі здібності, знання і кваліфікацію,

які ця організація може застосувати в тій або іншій ситуації. Незважаючи на те, що вихідні ресурси двох фірм, які діють у тій же самій, практично однакові, їх можливості бувають непорівнянними. Термін «можливості» використовується також у вужчому сенсі; цей варіант ми розглянемо нижче;

✓ *вразливі місця* — це ризики, яким піддається компанія. Не дивлячись на те, що деякі ризики виходять від зовнішнього середовища, існує також чимало факторів, які можна виявити на основі внутрішнього оцінювання. Як приклад, наведемо надмірну залежність більшості продаж від одного клієнта, високу частку прибутку, що надходить від операцій компанії в нестабільній державі, або наявність проблем з наступністю керівництва.

Сильні сторони підприємства — те, у чому воно досягло успіху або якась особливість, що надає додаткові можливості. Сила може полягати в наявному досвіді, доступі до унікальних ресурсів, наявності передової технології і сучасного устаткування, високій кваліфікації персоналу, високій якості продукції, що випускається, відомості торгової марки і т.п.

Слабкі сторони підприємства — це відсутність чогось важливого для функціонування підприємства або те, що поки не вдається порівняно з іншими компаніями. Як приклад слабких сторін можна навести занадто вузький асортимент товарів, що випускаються, погану репутацію компанії на ринку, недолік фінансування, низький рівень сервісу й т.п.

Аналіз сильних і слабких сторін підприємства слугує для оцінювання володіння підприємством внутрішніми силами скористатися можливостями і внутрішніх слабкостей, які можуть ускладнювати майбутні проблеми, пов'язані із зовнішніми небезпеками. Метод, який використовується для діагностики внутрішніх проблем, називається управлінським обстеженням. Він ґрунтується заснований на комплексному дослідженні різних функціональних зон організації і, залежно від поставленого завдання, може бути методично простим і більш складним. Його завдання — пошук стратегічного балансу — оптимальних умов функціонування підприємства.

Стратегічний баланс — це певне поєднання факторів, які негативно та позитивно впливають на діяльність підприємства (загроз і можливостей), що об'єктивно існують у зовнішньому середовищі підприємства та суб'єктивно оцінені керівниками, з порівняно сильними та слабкими сторонами у функціонуванні підприємства.

Практика застосування виокремлює такі головні особливості стратегічного балансу:

1) суб'єктивний характер добору факторів, що являють собою сильні/слабкі сторони підприємства, за ступенем їх важливості, а також специфіку сприймання менеджерами впливу факторів зовнішнього середовища;

2) ймовірність і ризик віднесення факторів до тієї чи іншої групи (колишні переваги можуть у майбутньому стати недоліками і навпаки);

3) необхідність постійного складання та перегляду стратегічного балансу, оскільки середовище, швидко змінюючись, потребує постійної уваги до себе.

Успішні фірми, що ефективно застосовують стратегічне управління, складають стратегічний баланс у вигляді SWOT-аналізу за обраним переліком і оцінками факторів. Оцінювання сили фірми і її слабостей, а також її можливостей і загроз, зазвичай, називається SWOT-аналізом (S — strengths — сильні сторони, W — weaknesses — слабини, O — opportunities — можливості, T — threats — загрози). SWOT-аналіз — перевірений практикою інструмент для одержання огляду стратегічної ситуації фірми. Він підпорядкований основному принципу — стратегія повинна забезпечувати відповідність внутрішніх можливостей компанії (її сильних і слабких сторін) її зовнішній ситуації (відбитої частково в її можливостях і небезпеках).

Методологія SWOT-аналізу допускає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, а також загроз і можливостей, а потім — встановлення ланцюгів зв'язків між ними, що надалі можуть бути використані для формулювання стратегії фірми. Сильна сторона — це те, що компанія робить добре, чи характеристика, що додає їй важливої переваги. Силою може бути майстерність, накопичений досвід, цінний внутрішній ресурс чи конкурентоспроможність, досягнення, що ставить компанію у переважне становище на ринку (наприклад, наявність якісної продукції, широка популярність торгової марки, створена технологія чи краще сервісне обслуговування споживача). Сила може також бути результатом об'єднання чи кооперації підприємств із партнером, що має досвід і здібності, які підвищують конкурентоспроможність компанії.

Слабкість — це те, що компанія упускає чи виконує погано (порівняно з іншими), чи умови, що призводять до її не вигідного становища. Слабкість може привести компанію до вразливості її конкурентної позиції залежно від масштабів факторів слабкості в ринковій ніші.

При виявленні внутрішніх сильних і слабких сторін компанії необхідно ретельно оцінювати ці дві складові з погляду майбутнього розроблення стратегії. Деякі сили є важливішими, тому що вони відтворюють певні позиції в успішній конкуренції і формуванні енергійної стратегії.

Деякі внутрішні слабкості можуть оцінюватися як нездоланні, у той час як інші відносяться до несуттєвих чи легко переборних категорій. Оцінювання сили і слабкості компанії аналогічне складанню стратегічного балансу, в якому сили являють собою конкурентні активи, а слабкості — конкурентні пасиви. Стратегічні висновки повинні засвідчити перевищення сил над слабкостями, тобто пасивами (співвідношення 50 на 50 уже є незадовільним). Завдання організації на цьому етапі зводиться до такого: як перетворити сили компанії в ефективну стратегію? які дії менеджерів необхідні, щоб схилити стратегічний баланс компанії до сильних сторін?

Можливості — сукупність факторів, що переважно позитивно впливають на діяльність організації, альтернативи, що їх може використати підприємство для досягнення стратегічних цілей (результатів). Загрози — сукупність факторів, що переважно негативно впливають на діяльність організації, будь-які процеси або явища, що перешкоджають руху підприємства чи організації в напрямі досягнення своїх цілей та виконання місії. Ці складові об'єктивно існують у середовищі та суб'єктивно оцінюються керівниками організації.

Нижче, в таблиці 11.4, подано загальну характеристику сильних і слабких сторін у діяльності підприємства.

Таблиця 11.4

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СИЛЬНИХ ТА СЛАБКИХ СТОРІН ПІДПРИЄМСТВА, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ в SWOT-аналізі

Потенційні внутрішні переваги	Потенційні внутрішні недоліки
<ul style="list-style-type: none"> ✓ використання переваг організаційно-правової форми організації бізнесу; ✓ наявні конкурентні переваги (унікальність); ✓ найважливіші відмінності в компетенції щодо певної діяльності, інноваційність; ✓ сильна позиція у специфічних ринкових сегментах, добре знаний лідер; ✓ статус жорсткого конкурента на ринку (використання агресивної ініціативи); 	<ul style="list-style-type: none"> • незнання переваг організаційно-правової форми організації бізнесу; • відсутність реальних конкурентних переваг; • втрата конкурентної позиції; • нижчі за середні темпи зростання; • брак деяких ключових навичок для ефективної конкуренції; • брак фінансових ресурсів, недостатня прибутковість; • втрата репутації у споживачів, відставання в розвитку продукції;

Потенційні внутрішні переваги	Потенційні внутрішні недоліки
<ul style="list-style-type: none"> ✓ стратегія наступу чи інша особлива стратегія, обґрунтований «стратегічний набір»; ✓ сприяння зростанню чисельності цільових груп споживачів чи їх лояльності; ✓ вища за середню обізнаність про стан ринку; ✓ знання про склад та найважливіші стратегічні групи, можливості захисту від конкурентів; ✓ концентрація на швидко зростаючих сегментах ринку; ✓ диференціація виробів; ✓ обґрунтована диверсифікація; ✓ увага до зниження витрат; ✓ вища за середню рентабельність і прибутковість; ✓ достатні фінансові ресурси; ✓ вищі за середні маркетингові навички; ✓ вищі за середні технологічні та інноваційні навички (компетенції); ✓ творчий, підприємницький менеджмент; ✓ добре вивчений ринок, потреби покупців; ✓ здатність реалізувати можливості конкурентоспроможних навичок персоналу ✓ імідж надійного партнера; ✓ ефективні зв'язки у зовнішньому середовищі; ✓ кваліфікований інженерно-технічний персонал; ✓ низькі витрати на заробітну плату; ✓ наявність власних виробничих споруд; ✓ прихід молодих і енергійних співробітників фінансових служб 	<ul style="list-style-type: none"> • надто вузька спеціалізація або необґрунтована диверсифікація; • робота у стратегічній групі, яка втрачає своє підґрунтя, недоліки у стратегічній діяльності (її відсутність); • слабкість у сферах, що мають великий ринковий потенціал, недостатня увага НДПКР; • брак дій для пом'якшення конкурентного тиску; • слабка система дистрибуції продукції; • виробництво з високими витратами, старіння потужностей, розміри виробництва надто малі, щоб впливати на ринкову ситуацію, або занадто великі — починається «хвороба великих компаній»; • відсутність реальних особливих навичок у галузі менеджменту, брак талантів; • «новачок» у бізнесі, чия репутацію ще не доведено; • невдало обрані та недостатньо обґрунтовані стратегічні дії (зокрема з переміщення на ринку), відсутність чіткого уявлення про стратегічні напрями розвитку; • відсутність міцної позиції, щоб боротися із загрозами; • інертність і зловживання керівництва підприємства; • крадіжки на виробництві; • застарілий асортимент продукції; • висока енергоємність продукції; • неефективна діяльність служби збуту

Таблиця 11.5 характеризує зовнішні можливості та загрози для підприємства

Широке застосування та розвиток SWOT-аналізу пояснюються такими причинами: стратегічне управління пов'язане з великими обсягами інформації, яку потрібно збирати, обробляти, ана-

лізувати, використовувати, а відтак виникає потреба пошуку, розроблення та застосування методів організації такої роботи.

Таблиця 11.5

**ЗАГАЛЬНІ ЗОВНІШНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ
ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ В SWOT-АНАЛІЗІ**

Потенційні зовнішні можливості	Потенційні зовнішні загрози
<p>Розвиток економіки країни. Соціально-політична стабільність. Стабільне законодавство. Доступність інвестицій і кредитів. Обслуговування додаткових груп споживачів. Входження в нові ринки (сегменти). Розширення виробництва для задоволення потреб споживачів. Споріднена диверсифікація. Товари з доповненнями (неспоріднена диверсифікація), що закуповуються. Вертикальна інтеграція. Зовнішні мережні структури. Можливість руху в бік привабливіших стратегічних груп. Самозаспокоєність ключових конкурентів. Швидке зростання ринку. Розвинутий фондовий та інші фінансові ринки. Розвинуті ринки know-how Ринок сформований в основному за рахунок імпорту. Державою вживаються протекціоністські заходи, спрямовані на захист вітчизняного товаровиробника. Іноземні інвестори проявляють значний інтерес до галузі, до якої належить підприємство</p>	<p>Високі темпи інфляції. Велика ймовірність виникнення нових конкурентів (зокрема, іноземних). Зростання збуту товарів-замінників. Уповільнений темп зростання ринку або його спад. «Ворожі дії» з боку держави (обмеження). Зростання тиску конкурентів. Тенденції до рецесії та скорочення ділового циклу. Технологічні прориви в інших країнах, що зменшують конкурентоспроможність вітчизняної продукції. Виникнення труднощів під час укладення договорів із постачальниками та споживачами. Зміни в потребах і смаках споживачів. Негативні демографічні зміни. Негативна екологічна ситуація. Соціально-політична нестабільність Криміногенні ризики. Інфляційний ризик (знецінення реальної вартості капіталу). Ризик неплатоспроможності чи банкрутства контрагентів. Ризик зміни податкового законодавства та накладання фінансових санкцій</p>

Матриця SWOT-аналізу — це своєрідна форма; вона не містить остаточної інформації для прийняття управлінських рішень, але дає змогу впорядкувати процес обмірковування всієї наявної інформації з використанням власних думок та оцінок. Для будь-якого керівника або управлінського працівника, зорієнтованого на поточну роботу, це корисна річ, яка вимагає проаналізувати ситуацію, що склалася, і замислитися над перспективою. За цих умов підвищується роль керівника-стратега, який розробляє ті чи

інші заходи щодо зведення стратегічного балансу, оскільки можна розробити неадекватні заходи, що «гасять» можливості, беручи їх за загрози.

Простежити співвідношення факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що трактується в категоріях SWOT-аналізу, можна за допомогою матриці (табл. 11.6).

Таблиця 11.6

МАТРИЦЯ SWOT-аналізу

Параметри зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства		Зовнішнє середовище	
		Можливості (шанси): 1. 2. 3.	Загрози: 1. 2. 3.
Внутрішнє середовище	Сильні сторони: 1. 2. 3.	<i>Поле «Сильні сторони — Можливості»</i> <i>Рішення: використовувати? як? (перелік заходів)</i>	<i>Поле «Сильні сторони — Загрози»</i> <i>Рішення: чи є сили «втримати удар»? (перелік заходів)</i>
	Слабкі сторони: 1. 2. 3.	<i>Поле «Слабкі сторони — Можливості»</i> <i>Рішення: аналізувати «доступність» можливостей, що їх надає середовище (перелік заходів)</i>	<i>Поле «Слабкі сторони — Загрози»</i> <i>Рішення: ліквідувати (недоліки або об'єкт) в цілому з визначенням термінів (перелік заходів)</i>

На перетинах окремих складових груп факторів формуються поля, для яких характерні певні комбінації, що їх треба враховувати надалі у процесі розроблення стратегій певного типу:

- ◆ поле «Сильні сторони — Можливості» — потребує стратегій підтримки та розвитку сильних сторін підприємства в напрямі реалізації шансів зовнішнього середовища;

- ◆ поле «Сильні сторони — Загрози» — передбачення стратегій використання сильних сторін підприємства з метою пом'якшення (усунення) загроз;

- ◆ поле «Слабкі сторони — Можливості» — розроблення стратегій подолання слабких сторін підприємства за рахунок можливостей, що їх надає зовнішнє середовище;

- ◆ поле «Слабкі сторони — Загрози» — іноді називають «кризовим полем», оскільки тут поєднуються загрози середовища зі слабкістю підприємства.

З огляду на це існує нагальна потреба розроблення стратегій як подолання загроз, так і усунення слабких сторін підприємства, що завжди є важким завданням. Розробляючи стратегію, слід пам'ятати, що можливості та загрози можуть переходити у свою протилежність. Так, невикористана можливість може стати загрозою, якщо її використає конкурент, і навпаки.

Для успішного аналізу середовища організації важливо не тільки виявити загрози та можливості, а й спробувати оцінити їх з погляду того, наскільки важливим для організації є врахування в стратегії її поведінки кожної з виявлених загроз і можливостей.

Для оцінювання можливостей застосовують метод позиціонування кожної з них у матриці можливостей.

Таблиця 11.7

МАТРИЦЯ МОЖЛИВОСТЕЙ

Комбінація факторів		Сила впливу		
		<i>велика</i>	<i>помірна</i>	<i>мала</i>
Ймовірність настання	<i>висока</i>	поле «ВВ»	поле «ВП»	поле «ВМ»
	<i>середня</i>	поле «СВ»	поле «СП»	поле «СМ»
	<i>низька</i>	поле «НВ»	поле «НП»	поле «НМ»

Отримані всередині матриці дев'ять полів можливостей мають різне значення для організації. Можливості, що потрапляють у поля «ВВ», «ВП», «СВ», мають велике значення для організації, і їх необхідно обов'язково використовувати. Можливості, що потрапляють у поля «СМ», «НП», «НМ», практично не заслуговують уваги організації. Стосовно можливостей, які потрапили на інші поля, керівництво повинно прийняти позитивне рішення про їх використання, якщо в організації є достатньо ресурсів.

Подібна матриця складається й для оцінювання загроз.

Ті загрози, які потрапляють у поля «ВР», «ВК», «СР», спричинюють дуже велику небезпеку для організації та потребують негайного і обов'язкового усунення. Загрози, що потрапили в поля «ВВ», «СК», «НР», також повинні знаходитися в полі зору вищого керівництва та бути усунутими в першочерговому порядку. Щодо загроз, які знаходяться в полях «НК», «СВ», «ВЛ», то тут потрібен уважний і відповідальний підхід щодо їх усунення.

МАТРИЦЯ ЗАГРОЗ

Комбінація факторів		Сила впливу			
		<i>руйнування</i>	<i>критичний стан</i>	<i>важкий стан</i>	<i>«легкі удари»</i>
Ймовірність настання	<i>висока</i>	поле «ВР»	поле «ВК»	поле «ВВ»	поле «ВЛ»
	<i>середня</i>	поле «СР»	поле «СК»	поле «СВ»	поле «СЛ»
	<i>низька</i>	поле «НР»	поле «НК»	поле «НВ»	поле «НЛ»

Загрози, що потрапили в інші поля, не повинні випадати з поля зору керівництва організації, тому слід здійснювати уважне відстеження їх розвитку, хоча при цьому не ставиться завдання їх першочергового усунення.

Оскільки SWOT-аналіз — це статистична модель, професор Wehrich вказав на необхідність побудови SWOT-матриць з певною періодичністю:

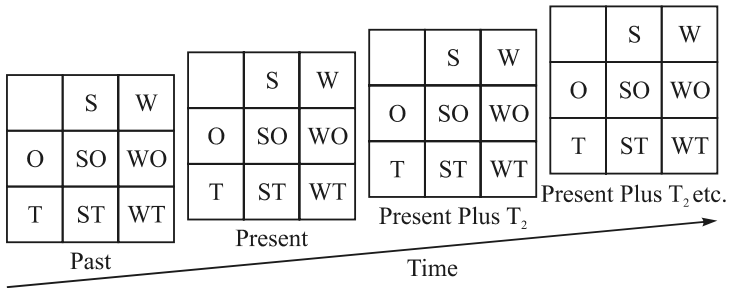


Рис. 11.5. Аналіз SWOT-моделі в часі

Варто зазначити, що методики застосування SWOT-аналізу для вивчення факторів, від яких залежить вибір стратегій, постійно удосконалюються. Так, у 2003 році професор George Panagiotou запропонував вивчати фактори середовища за допомогою SWOT-аналізу за схемою телескопічних спостережень (опис аббревіатури TELESCOPIC OBSERVATIONS наведено в табл. 11.9).

Таблиця 11.9

СКЛАДОВІ МОДЕЛІ TELESCOPIC OBSERVATIONS

Блок «TELESCOPIC»		Блок «OBSERVATIONS»	
Technological advancements	Технологічний прогрес	Organisational core competencies and capabilities	Ключові компетенції та можливості організації
Economic considerations	Економічні розрахунки / очікування	Buyers	Покупці
Legal and regulatory requirements	Правові та нормативні вимоги	Suppliers	Постачальники
Ecological and environmental issues	Екологічні вимоги та охорона навколишнього середовища	Electronic commerce	Електронна комерція
Sociological trends	Соціологічні тенденції	Resource audit	Аудит ресурсів
Competition	Компетенції	Value chain	Ланцюжок створення вартості
Organisational culture	Організаційна культура	Alliances (including partnerships, networks & joint ventures)	Об'єднання (в тому числі партнерств, мереж і спільних підприємств)
Portfolio analysis	Портфельний аналіз	Total Quality Management	Система управління якістю
International issues	Міжнародні зв'язки	Industry Key Factors for Success	Промисловість: ключові фактори успіху
Cost efficiencies and cost structures	Економічна ефективність і структури витрат	Organisational structure	Організаційна структура
		New entrants	Нові учасники
		Substitute products and services	Продукти і послуги — субститути

Сильні і слабкі сторони підприємства, а також можливості і загрози оцінюються за наведеними вище напрямками і їх бальні оцінки заносяться до таблиці (рис. 11.6).

**The TELESCOPIC OBSERVATIONS
strategic framework**

		T	E	L	E	S	C	O	P	I	C	
Internal Environment	Strengths											
	Weaknesses											
External Environment	Opportunities											
	Threats											

		O	B	S	E	R	V	A	T	I	O	N	S
Internal Environment	Strengths												
	Weaknesses												
External Environment	Opportunities												
	Threats												

Рис. 11.6. Модель аналізу TELESCOPIC OBSERVATIONS

За даними огляду [Survey of SCIP membership conducted by The Pine Ridge Group, Inc. and the T.W. Powell Company, 1998.] SWOT-аналіз також широко використовується в конкурентній розвідці. У 55,2 % випадків виконання конкурентної розвідки був використаний SWOT-аналіз для вивчення розвідувальної інформації про конкурентів.

Найчастіше проблеми із застосуванням SWOT-методики на підприємствах зумовлені такими чинниками:

- ✓ незрозуміння, як це потрібно робити;
- ✓ наявність у підприємства досконаліших систем управлінської інформації;
- ✓ тиск на менеджерів;
- ✓ структурна складність багатьох компаній.

Іноді для аналізу сильних і слабких сторін організації застосовують **SNW-аналіз** (Strength — сильна сторона, Neutral — нейтральна сторона, і Weakness — слабка сторона). Основною причиною додавання нейтральної сторони є те, що часто для перемоги в конкурентній боротьбі може виявитися достатнім стан, коли конкретна організація щодо всіх своїх конкурентів за всіма, окрім

однієї, ключової позиції, знаходиться в стані *N*, і лише за однією — в стані *S*. SNW-аналіз оформлюють у такій типовій таблиці:

Таблиця 11.10

АНАЛІТИЧНА ТАБЛИЦЯ SNW-аналізу

Найменування стратегічної позиції	Якісна оцінка позиції		
	сильна (S)	нейтральна (N)	слабка (W)
1. Стратегія організації			
2. Бізнес-стратегії (в цілому), в тому числі:			
2.1. Бізнес 1			
2.2. Бізнес 2			
2.3. Бізнес 3			
2.4. Бізнес 4			
2.5. Бізнес 5			
3. Оргструктура			
4. Фінанси, як загальний фінансовий стан:			
4.1. Фінанси як стан поточного баланс			
4.2. Фінанси як рівень бухобліку			
4.3. Фінанси як фінструктура			
4.4. Фінанси як доступність інвестиційних ресурсів			
4.5. Фінанси як рівень фінансового менеджменту			
5. Продукт як конкурентоспроможність у цілому:			
5.1. Продукт 1			
5.2. Продукт 2			
5.3. Продукт 3			
5.4. Продукт 4			
5.5. Продукт 5			
6. Структура витрат (в цілому), в тому числі:			
6.1. Бізнес 1			

Продовження табл. 11.10

Найменування стратегічної позиції	Якісна оцінка позиції		
	сильна (S)	нейтральна (N)	слабка (W)
6.2. Бізнес 2			
6.3. Бізнес 3			
6.4. Бізнес 4			
6.5. Бізнес 5			
7. Дистрибуція як система реалізації продукції (в цілому), в тому числі:			
7.1. Як матеріальна структура			
7.2. Як уміння торгувати			
8. Інформаційна технологія			
9. Інновації як спосіб до реалізації на ринку продуктів			
10. Здатність до лідерства в цілому, в тому числі:			
10.1. Здатність до лідерства першої особи			
10.2. Здатність до лідерства всього персоналу			
10.3. Здатність до лідерства як сукупність об'єктивних чинників			
11. Рівень виробництва в цілому, в тому числі:			
11.1. Якість матеріальної бази			
11.2. Якість інженерів			
11.3. Якість робітників			
12. Рівень маркетингу			
13. Рівень менеджменту			
14. Якість торгової марки			
15. Якість персоналу			
16. Репутація на ринку			
17. Репутація як роботодавця			

Закінчення табл. 11.10

Найменування стратегічної позиції	Якісна оцінка позиції		
	сильна (S)	нейтральна (N)	слабка (W)
18. Відносини з органами влади (в цілому), в тому числі:			
18.1. З урядом			
18.2. З органами місцевого самоврядування			
18.3. З системою податкового контролю			
19. Відносини з профспілками (в цілому), в тому числі:			
19.1. З корпоративними			
19.2. З галузевими			
20. Відносини із суміжниками			
21. Інновації як дослідження та розробки			
22. Післяпродажне обслуговування			
23. Ступінь вертикальної інтегрованості			
24. Корпоративна культура			
25. Стратегічні альянси			
26. Додаткові стратегічні позиції (з урахуванням специфіки організації)			
26.1. ...			

Оскільки неможливо розглядати сильні і слабкі сторони компанії окремо, адже їх походження зумовлюється реакцією підприємства на можливості і загрози зовнішнього середовища в попередні періоди, підприємству варто також приділити увагу PEST-аналізу — моделі стратегічного аналізу, що передбачає дослідження чотирьох складових віддаленого зовнішнього середовища — політичного (*Political*), економічного (*Economic*), соціального (*Social*) і технологічного (*Technological*) аспектів. Результатом такого дослідження має стати масив цінної інформації щодо:

✓ факторів і тенденцій далекого зовнішнього середовища, що справляють значний вплив на бізнес організації;

- ✓ факторів, що містять потенційні загрози бізнесу організації;
- ✓ факторів, розвиток яких містить нові можливості для бізнесу організації.

Результати PEST-аналізу подаються у вигляді таблиці (табл. 11.11).

Таблиця 11.11

**PEST-аналіз ТЕНДЕНЦІЙ, ЩО МАЮТЬ ІСТОТНЕ ЗНАЧЕННЯ
ДЛЯ СТРАТЕГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

<i>Політика P</i>	<i>Економіка E</i>
1. Вибори президента	1. Загальна характеристика (підйом, спад)
2. Вибори до Верховної Ради	2. Рівень інфляції
3. Зміна законодавства	3. Динаміка курсу гривні
4. Державне галузеве регулювання	4. Експортно-імпортна політика з продукту організації
...	...
$n + 1$. Сценарій 1: політика	$n + 1$. Сценарій 1: економіка
<i>Соціум S</i>	<i>Технологія T</i>
1. Зміни в базових цінностях	1. Державна технологічна політика
2. Зміни в рівні і стилі життя	2. Значні тенденції в галузі НДДКР
3. Ставлення до роботи і відпочинку	3. Нові патенти
4. Демографічні зміни	4. Нові продукти
5. Зміна структури доходів	5. Технологічні зміни в країні
...	...
$n + 1$. Сценарій 1: соціум	$n + 1$. Сценарій 1: технологія

Кожен окремий фактор, відображений в моделі, оцінюється з позицій SWOT-моделі. Потім розробляється стратегія на основі спільного аналізу факторів і їх SWOT-моделей. Слід звернути увагу, що розроблення сценаріїв за кожним із критеріїв можливе, але менш доцільне порівняно з поєднанням SWOT- і PEST-аналізу.

Складання зазначених переліків, моніторинг відповідної інформації, системний аналіз усіх факторів і тенденцій, розроблення на основі аналізу проектів адекватних стратегічних рішень у конкретні позиції «живої стратегії організації» — усе це міститься у

певній системі професійної діяльності. Одна з робочих її назв підсистема стратегічного аналізу далекого зовнішнього середовища організації.

У організаціях можливі різні варіанти побудови зазначеної підсистеми. Кращий варіант — це коли моніторинг та первинний аналіз конкретних позицій правильно розподілений між відповідними спеціалізованими службами організації. Це означає, що фінансові позиції зовнішнього середовища аналізує фінансова служба, маркетингові — відділ маркетингу, технологічні новинки — технологи і т.д. Але при цьому загальне зведення усіх окремих позицій стратегічного аналізу далекого зовнішнього середовища повинен робити один спеціалізований підрозділ, наприклад відділ стратегічного розвитку організації.

Резюме теми

Після проведення комплексної діагностики діяльності підприємства його керівництво повинно відповідно відреагувати на виявлені можливості та загрози через здійснення відповідного управлінського впливу. За співвідношенням часу фактичного та раціонального початку дій менеджменту виділяють три варіанти реакції — реактивне, активне та планове управління.

Управлінський вплив відбувається завдяки розроблення і впровадженню управлінських рішень. Управлінські рішення можуть бути класифіковані за п'ятьма основними ознаками: за відношенням часу розроблення і впровадження заходів до моменту раціонального початку дій (превентивні та реактивні), за спрямованістю (рецесійні та наступальні), за строками впровадження (стратегічні, тактичні та оперативні), за масштабами впровадження (загальнокорпоративні та департаментальні), за сферою впровадження (організаційні, техніко-технологічні, економічні, соціальні).

Управлінський вплив як процес передбачає три стадії: розроблення, ухвалення та реалізація управлінського рішення. Основними характеристиками ефективного рішення є його обґрунтованість, реальність, своєчасність, гнучкість і максимальний економічний ефект.

Алгоритм прийняття ефективного управлінського рішення передбачає здійснення дев'яти етапів: визначення мети і напряму в розв'язанні проблемної ситуації; встановлення критеріїв рішення;

розподіл критеріїв; розроблення альтернатив; порівняння альтернатив; оцінювання ризику; вибір альтернативи; складання плану реалізації рішення; аналіз плану реалізації рішення.

Важливим моментом підвищення ефективності управлінського впливу є генерування достатньої кількості альтернатив. До найбільш вживаних методів активізації творчого пошуку при напруженні управлінських рішень належать метод «мозкової» атаки, метод колективного блокнота, метод морфологічного аналізу, метод аналізу проблем, ділові ігри тощо.

Для пошуку стратегічного балансу — оптимальних умов функціонування підприємства, широко застосовуються технології SWOT-, SNW- та PEST-аналізу. Технологія SWOT-аналізу допускає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, а також загроз і можливостей, а потім — встановлення ланцюгів зв'язків між ними, що надалі можуть бути використані для формулювання стратегії фірми. Особливою модифікацією моделі SWOT-аналізу є методика телескопічних спостережень (TELESCOPIC OBSERVATIONS). PEST-аналіз передбачає дослідження чотирьох складових дальнього зовнішнього середовища підприємства, а саме — у політичному, економічному, соціальному та технологічному аспектах.



Питання для самоконтролю

1. Які типи управління можливі та в чому полягає їх сутність?
2. Які різновиди управлінських рішень виділяють?
3. Які параметри ефективного управлінського рішення?
4. Які завдання та технологія здійснення SWOT-аналізу?
5. Які етапи передбачає алгоритм прийняття управлінського рішення? У чому полягає їх зміст?
6. Які методи активізації творчого пошуку використовують при прийнятті управлінських рішень?
7. У чому полягає сутність SWOT-аналізу?
8. Які найважливіші аспекти ідентифікації сильних і слабких сторін підприємства?
9. Які потенційні можливості та загрози може нести зовнішнє середовище суб'єкта господарювання?
10. Які особливості здійснення SNW-аналізу?

11. Які об'єкти дослідження передбачає модель TELESCO-PIC OBSERVATIONS?

12. У чому полягає завдання та специфіка здійснення PEST-аналізу?



Тестові запитання

1. Тип управління, що спрямований на виявлення можливих майбутніх змін і потенційних загроз та розроблення і впровадження превентивних заходів ще до початку реалізації негативної події, має назву ...

- a) реактивний;
- b) активний;
- c) плановий.

2. За ознакою спрямованості усі управлінські рішення можна поділити на ...

- a) реактивні і превентивні;
- b) рецесійні і наступальні;
- c) стратегічні, тактичні і оперативні;
- d) загальнокорпоративні і департаментальні.

3. Управлінські рішення, прийняті і впроваджені до або у момент раціонального початку дій, є ...

- a) реактивними;
- b) активними;
- c) превентивними;
- d) наступальними.

4. Метод мінімізації втрат «відхилення» передбачає

a) створення венчурних та спільних підприємств/проектів, виділення ризикових напрямів бізнесу в автономні господарські одиниці;

b) стратегічне планування, прогнозування динаміки стану зовнішнього середовища, активний цілеспрямований маркетинг;

c) відмову від ризикових проектів, розподіл ризиків між кількома партнерами, відмову від ненадійних партнерів;

d) інтеграцію діяльності, диверсифікацію, розподіл ризику в часі.

5. Метод мінімізації втрат «локалізація» передбачає

- a) створення венчурних та спільних підприємств (проектів), виділення ризикових напрямів бізнесу в автономні господарські одиниці;
- b) стратегічне планування, прогнозування динаміки стану зовнішнього середовища, активний цілеспрямований маркетинг;
- c) відмову від ризикових проектів, розподіл ризиків між кількома партнерами, відмову від ненадійних партнерів;
- d) інтеграцію діяльності, диверсифікацію, розподіл ризику в часі.



Завдання для написання дипломних робіт

1. Комплексно опишіть процеси прийняття загальнокорпоративних і департаментальних (за цільовою сферою дослідження) управлінських рішень.
2. Сформулюйте зміст загальнокорпоративної та ділової (за цільовою сферою дослідження) стратегій підприємства. Опишіть технологію їх розроблення, прийняття та контролю за реалізацією.
3. За результатами комплексної бізнес-діагностики підприємства та середовища його функціонування ідентифікуйте сильні та слабкі сторони суб'єкта господарювання, а також можливості і загрози зовнішнього середовища, сформувавши матрицю SWOT-аналізу.
4. Сформулюйте основні параметри концепції розвитку підприємства, а також його стратегію діяльності в цільовій сфері дослідження на перспективу.



А

- Акціонування* — метод фінансування діяльності акціонерного товариства через емісію та розміщення серед юридичних і фізичних осіб простих і привілейованих акцій.
- Амортизація* — систематичний процес відшкодування раніше витрачених на придбання та створення основних засобів (крім землі) і нематеріальних активів коштів за рахунок собівартості виготовленої продукції.
- Асортимент продукції* — це сукупність різновидів продукції кожного найменування, що різняться за відповідними техніко-економічними показниками.

Б

- Баланс підприємства* — базова форма звітності, що відображає вартісну оцінку належного підприємству майна та джерел його формування.
- Банкрутство* — визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури.
- Боргове фінансування* — метод формування фінансових ресурсів за допомогою позикових джерел на засадах тимчасовості користування, обов'язкового повернення, а також здебільшого і платності.

В

- Важеля операційного сила* — кількісна характеристика чутливості операційного прибутку до сплати позикових процентів і податку на прибуток підприємства до зміни його обсягу продажу.
- Важеля фінансового сила* — це кількісна характеристика чутливості прибутку на акцію фірми до зміни обсягу операційного прибутку фірми.
- Важеля сукупного сила* — це кількісна характеристика чутливості прибутку на акцію до зміни обсягу продажу.

- Валової продукції обсяг* — вартість усієї виробленої продукції підприємства, незалежно від ступеня її готовності та прав власності на використані матеріали.
- Вартість капіталу* — це ціна (процентна ставка), яку підприємство платить за його залучення з різних джерел.
- Велике підприємство* — юридична особа, середньооблікова чисельність працівників якої за звітний рік перевищує 250 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за рік більший за 100 млн грн.
- Виробнича інфраструктура підприємства* — сукупність підрозділів підприємства, які не беруть безпосередньої участі у створенні профільної продукції, але своєю діяльністю створюють умови, необхідні для роботи основних виробничих цехів. Найважливішими компонентами виробничої інфраструктури є ремонтне, інструментальне, енергетичне, транспортне та складське господарство.
- Виробнича потужність підприємства* — це максимально можливий випуск продукції необхідної якості в передбаченій номенклатурі, за певний час (зміну, добу, місяць, рік) за повного завантаження обладнання та виробничих площ у прийнятному режимі роботи із застосуванням передової технології, організації виробництва і праці.
- Виробничі запаси* — елемент оборотних активів підприємства, який відображає вартість запасів малоцінних та швидкозношуваних предметів, сировини, основних і допоміжних матеріалів, палива, покупних напівфабрикатів і комплектуючих виробів, запасних частин, тари, будівельних матеріалів та інших матеріалів, призначених для споживання в перебігу нормального операційного циклу.
- Витрати довгострокові (інвестиційні)* — витрати, пов'язані з формуванням необоротних активів (придбання основних засобів, нематеріальних активів, довгострокові фінансові вкладення).
- Витрати елементні* — витрати, що характеризують використання ресурсів одного економічного змісту (матеріальні ресурси, основна зарплата виробників).
- Витрати звичайної діяльності* — витрати операційної діяльності (виробництво продукції, адміністративні, збутові витрати, втрати від знецінення, курсові різниці), фінансові (витрати залучення позик і сплата процентів по боргах) та інші звичайні витрати (витрати по реалізації позаоборотних активів, фінансових інвестицій, їх знецінення та списання).
- Витрати змінні* — витрати, що змінюються відповідно до зміни обсягу виробництва (матеріальні витрати, відрядна оплата праці).
- Витрати комплексні* — витрати, що характеризують використання кількох економічно різнорідних ресурсів з однаковою метою (загальновиробничі витрати складаються з витрат на оплату пра-

ці адміністративного персоналу, відрахування до Пенсійного та фондів соціального страхування, відповідні матеріальні витрати, амортизація адміністративних основних засобів).

Витрати майбутніх періодів — витрати поточного і попереднього періодів, що є складовими собівартості продукції, яка буде вироблена в майбутньому.

Витрати надзвичайні — втрати внаслідок пожеж, стихійних лих (землетрусів, повеней, граду), експропріації майна державою тощо).

Витрати непрямі — витрати, що не можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного виробу, а пов'язані з виробництвом у цілому та загальним функціонуванням підприємства (утримання апарату управління).

Витрати постійні — витрати, величина яких зі зміною обсягів випуску продукції протягом тривалого часу істотно не змінюється (адміністративні потреби, орендна плата).

Витрати поточні — витрати, пов'язані з формуванням оборотних активів, і витрати поточного року (собівартість продукції).

Витрати прямі — витрати, що можуть бути прямо обчислені на одиницю продукції (сировина і матеріали, зарплата робітників).

Відстрочені податкові активи — елемент необоротних активів у балансі підприємства, що відображає суму податку на прибуток, який підлягає відшкодуванню в наступних періодах унаслідок тимчасової різниці між обліковою та податковою базами оцінювання.

Д

Довгострокова дебіторська заборгованість — елемент необоротних активів у балансі підприємства, що відображає заборгованість фізичних та юридичних осіб, яка не виникає в перебігу нормального операційного циклу та буде погашена після дванадцяти місяців з дати складання балансу.

Довгострокові фінансові інвестиції — елемент необоротних активів у балансі підприємства, що відображає фінансові інвестиції на період більше одного року, а також усі інвестиції, які не можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент. У цій статті відносяться фінансові інвестиції, які згідно з відповідними положеннями (стандартами) обліковуються методом участі в капіталі.

Дебіторська заборгованість — це заборгованість покупців (замовників) за надані їм продукцію, товари, роботи або послуги, а також заборгованість фінансових, податкових та інших зовнішніх і внутрішніх органів і осіб, що не розраховалися з підприємством, у тому числі оформлена векселями.

Дивіденд — це частина чистого прибутку компанії, що виплачується акціонеру з розрахунку на одну належну йому акцію певного типу та/або класу.

Дисконтування — визначення теперішньої вартості грошових ефектів, які будуть отримані у майбутньому, з урахуванням певної ставки доходу.

Е

Економічне старіння — це втрата вартості об'єкта під впливом незалежних від підприємства факторів, таких як: впровадження нормативних обмежень на використання техніки, експлуатація якої не забезпечує дотримання екологічних, санітарних, ергономічних та інших стандартів; втрата унікальності об'єкта внаслідок появи близьких заміників; падіння попиту на виготовлювану на обладнанні продукцію; погіршення кон'юнктури ринку оцінюваного обладнання (падіння попиту на таку техніку та/або зростання пропозиції); зростання вартості сировини, робочої сили тощо без адекватного зростання відпускної ціни на виготовлювану на оцінюваному обладнанні продукцію тощо.

Елементні витрати — видатки, що характеризують використання ресурсів одного економічного змісту, наприклад споживання сировини і матеріалів, оплата праці виробників тощо.

Ефективність — відносна міра досягнення необхідного результату (ефекту) за відповідного використання ресурсів.

З

Залишкова вартість — різниця між первісною вартістю основних засобів (нематеріальних активів) та нарахованим на них зносом.

Змінні витрати — видатки, величина яких змінюється відповідно до динаміки обсягу виробництва, наприклад витрати на сировину та матеріали, витрата технологічної енергії, оплата праці основних виробничих робітників-відрядників тощо.

І

Іноземне підприємство — юридична особа, статутний фонд якої сформовано виключно іноземною особою (особами).

Інтелектуальний капітал — авансована у продуктивну експлуатацію інтелектуальна власність, що у процесі свого використання створює додатковий продукт.

К

- Казенне підприємство* — підприємство, що створюється і підпорядковується Кабінету Міністрів України і не може бути приватизоване.
- Капітал* — це накопичена через заощадження сукупність матеріальних та нематеріальних благ, що використовується їх власником з метою створення нової вартості для власного збагачення.
- Комплексні витрати* — витрати, що характеризують використання кількох економічно різнорідних ресурсів з однаковою метою. Наприклад загальновиробничі витрати складаються з витрат на оплату праці адміністративного та обслуговуючого персоналу, відрахування до фондів соціального страхування за такими працівниками, відповідних матеріальних витрат, амортизації основних засобів та нематеріальних активів адміністративного призначення тощо.
- Конкурентоспроможність підприємства* — динамічна характеристика ефективності його діяльності, що визначає результативність функціонування в умовах конкурентної боротьби.
- Конкурентоспроможність продукції* — динамічна характеристика продукту, що формується за наявності найважливіших для потреб ринку споживчих властивостей товару, які вигідно відрізняють його від аналогічної пропозиції конкурентів.
- Кошторис витрат* — це зведений бюджет усіх витрат підприємства на плановий період виробничо-фінансової діяльності, пов'язаний з виробництвом, його обслуговуванням та управлінням ним, незалежно від того, чи будуть ці витрати віднесені на собівартість продукції у плановому, чи наступному періодах. Він є загальною сумою витрат виробництва за видами ресурсів, які буде використано в плановому періоді незалежно від місця. У зведений кошторис включають витрати підрозділів основного виробництва, підрозділів виробничої інфраструктури та витрати на утримання адміністративно-управлінського персоналу.
- Кредитоспроможність позичальника* — це сукупність економічних характеристик та умов діяльності суб'єкта господарювання, що визначають його спроможність залучати кредит в різних формах і в повному обсязі в обумовлені строки виконувати всі пов'язані з ним фінансові зобов'язання.
- Критичний обсяг виробництва і реалізації продукції (точка беззбитковості)* — показник, що відображає такий обсяг виробництва й реалізації продукції, при перевищенні якого підприємство починає отримувати прибуток.
- Кругообіг капіталу* — постійний процес трансформації капіталу, що набуває грошової, виробничої та товарної форм, у результаті якого створюється додаткова вартість.

Л

- Леверидж операційний* — це маніпулювання обсягом постійних операційних витрат підприємства з метою збільшення віддачі на власний капітал.
- Леверидж фінансовий* — використання фірмою позикових коштів, витрати обслуговування яких є постійними (сплата позикових процентів та комісій) з метою збільшення прибутку на одиницю власного капіталу.
- Лізинг* — особливий вид підприємницької діяльності, що передбачає інтеграцію торговельних, кредитних та орендних відносин, сутність яких полягає у придбанні (створенні) лізингодавцем об'єкта угоди і надання його у тимчасове, платне користування лізингоодержувачу з правом набуття об'єкта в кінці дії договору або без такого права.
- Ліквідність активу* — це ступінь швидкості і вартісної адекватності його перетворення на готівкові кошти.
- Ліквідність балансу підприємства* — це здатність суб'єкта господарювання швидко і без значних втрат у вартості перетворювати свої активи на готівку для покриття необхідних платежів у міру настання їх строків.

М

- Мале підприємство* — юридична особа будь-якої форми власності середньооблікова чисельність працівників якої за звітний (фінансовий) рік не перевищує 50 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не більше 70 млн грн.
- Масове виробництво* — тип виробництва, що характеризується вузькою номенклатурою продукції, великим обсягом безперервного і тривалого виготовлення окремих виробів.
- Містоутворююче підприємство* — юридична особа, кількість працівників якої з урахуванням членів їхніх сімей складає не менше половини чисельності населення адміністративно-територіальної одиниці, у якій розташована така юридична особа, або якщо чисельність персоналу такого підприємства перевищує 5000 осіб.
- Моніторинг* — це постійне впорядковане відслідковування параметрів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, які впливають на виконання його місії та завдань.
- Монопольне (домінантне) становище* — становище суб'єкта господарювання, яке дозволяє йому самостійно або разом з іншими операторами визначати умови обороту товарів на ринку.

Н

- Нематеріальні активи* — права, що підтверджують власність або дають право використання результатів інтелектуальної діяльності, а також на здійснення окремих видів діяльності. Нематеріальні активи представлені правами на користування природними ресурсами, майном, правами на комерційні позначення, на об'єкти промислової власності, авторські та суміжні права тощо.
- Неплатоспроможність* — це стан неможливості виконання підприємством своїх фінансових зобов'язань перед зовнішніми та внутрішніми особами, спричинений неадекватністю вхідних і вихідних грошових потоків за обсягами та часом формування, а також браком резервів грошових коштів.
- Непромисловий персонал* — працівники структур, які знаходяться на балансі підприємства, але не пов'язані безпосередньо з процесами промислового виробництва, тобто житлово-комунального господарства, навчальних і медичних закладів, дитячих садків та ясел, культурно-побутових установ тощо.
- Непрямі витрати* — видатки, що не можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного виробу, а пов'язані з виробництвом у цілому та загальним функціонуванням підприємства, наприклад витрати на утримання і експлуатацію обладнання, утримання апарату управління тощо.
- Нерухомість (об'єкт нерухомості, нерухоме майно)* — це фізична ділянка землі і віднесені до неї виконані людиною поліпшення над або під землею.
- Номенклатура продукції* — перелік найменувань виробів, завдання з випуску яких передбачено планом виробництва.

О

- Облік векселів* — фінансова операція з продажу переказних векселів банку чи іншій фінансовій установі за дисконтною ціною, що встановлюється залежно від віддаленості до строку погашення та облікової вексельної ставки.
- Облікова (спискова) чисельність* — це чисельність персоналу підприємства, яка включає усіх постійних, тимчасових, сезонних працівників, які прийняті на роботу строком більше одного дня, незалежно від того, чи перебувають вони на робочому місці, чи знаходяться у відпустці, на лікарняному, у відрядженні тощо.
- Оборотний капітал* — частина капіталу підприємства, яка інвестована в його товарно-матеріальні цінності, дебіторську заборгованість, фінансові інвестиції, грошові активи та витрати майбутніх періодів.

- Оборотні активи* — складова активів підприємства (другий розділ активу балансу), елементами якої є товарно-матеріальні цінності (виробничі запаси, незавершене виробництво, готова продукція і товари), поточна дебіторська заборгованість (у тому числі оформлена векселями), поточні фінансові інвестиції, грошові кошти та інші оборотні активи.
- Оборотні кошти* — це грошові ресурси, спрямовані на формування оборотних виробничих фондів і фондів обігу з метою забезпечення безперервності процесу виробництва й реалізації продукції та інших господарських операцій. Складовими оборотних коштів у балансі підприємства є оборотні активи і витрати майбутніх періодів.
- Оптимальна структура капіталу* — таке співвідношення власних і позикових коштів, за якого забезпечується найефективніша пропорційність між прибутковістю власного капіталу, рівнем фінансової стійкості та ризиковістю діяльності фірми, тобто максимізується її ринкова вартість.
- Одиничне виробництво* — тип виробництва, що характеризується широкою номенклатурою продукції, малим обсягом випуску однакових виробів, повторне виготовлення яких здебільшого не передбачається.
- Організаційна структура управління підприємством* — це форма системи управління, яка відображає склад, взаємозв'язки і підпорядкованість її елементів.
- Основний капітал* — це частина продуктивного капіталу, яка бере участь у кількох виробничих циклах у незмінній натуральній формі, переносячи свою вартість на створюваний продукт частинами в міру спрацювання. Основний капітал представлений такими активами як основні засоби, довгострокові біологічні активи, незавершене будівництво.
- Основні засоби* — матеріальні активи, які мають значну вартість (вартість окремого об'єкта перевищує 2500 грн) і використовуються тривалий час у господарському процесі в незмінній споживчій формі, а їх вартість переноситься на собівартість виготовлюваної продукції частинами в міру спрацювання. Складовими основних засобів промислового підприємства є будинки, будівлі, споруди, передавальні пристрої, капітальне поліпшення земельних ділянок, машини, обладнання, транспортні засоби, інструменти, прилади, інвентар, меблі, електронно-обчислювальні машини тощо.
- Особливо небезпечне підприємство* — підприємство вугільної, гірничодобувної, атомної, хімічної, нафтопереробної, хіміко-металургійної чи інших галузей, визначених відповідними рішеннями уряду, припинення діяльності яких потребує вжиття спеціальних заходів щодо запобігання заподіяння шкоди життю та здоров'ю громадян, майну, спорудам, довкіллю.

П

- Підприємства з іноземними інвестиціями* — юридична особа, частка внеску іноземного інвестора до статутного фонду якої є не меншою 10 %.
- Платоспроможність* — це здатність суб'єкта господарювання погасити борги у разі одночасного подання вимог від своїх кредиторів.
- Постійні витрати* — видатки, величина яких зі зміною обсягів випуску продукції протягом тривалого часу істотно не змінюється, наприклад адміністративні витрати, орендна плата тощо.
- Поточні фінансові інвестиції* — елемент оборотних активів підприємства, який відображає фінансові вкладення (в цінні папери) на строк, що не перевищує один рік, які можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент.
- Прибуток* — це частина певного доходу, що залишається після відрахування відповідних витрат, понесених для отримання такого доходу.
- Продуктивність праці* — це характеристика ефективності цілеспрямованої праці, що відображає її здатність створювати за одиницю часу відповідний обсяг благ.
- Промислово-виробничий персонал* — працівники, зайняті у виробництві або безпосередньому його обслуговуванні, тобто працівники основного, допоміжного та обслуговуючого виробництва, науково-дослідних структурних підрозділів і лабораторій, заводоуправління, складів, охорони тощо.
- Прямі витрати* — витрати, що можуть бути прямо обчислені на одиницю продукції (сировина і матеріали, зарплата робітників).

Р

- Реалізованої продукції обсяг* — вартісна характеристика обсягу продукції, яка відвантажена споживачеві і за яку надійшли на поточний рахунок (вкату) підприємства або мають надійти кошти у зазначений термін.
- Рентабельність* — це відносний показник ефективності діяльності, що розраховується як помножене на 100 відсотків співвідношення величини прибутку відповідного до обсягу застосованих для його отримання ресурсів (здійснених витрат).
- Рефінансування дебіторської заборгованості* — прискорене переведення дебіторської заборгованості у грошові кошти або високоліквідні короткострокові цінні папери, основними формами якого є облік векселів, факторинг, форфейтинг, спонтанне рефінансування та примусове стягнення боргу через суд.

Ритмічність — рівномірний характер здійснення того чи іншого процесу, що за обсягами і строками перебігу відповідає плановим параметрам.

С

Серійне виробництво — тип виробництва, що характеризується обмеженою номенклатурою продукції, виготовлення окремих виробів періодично повторюється певними партіями (серіями) і сумарний їх випуск може бути досить значним.

Спонтанне рефінансування — метод рефінансування дебіторської заборгованості, що полягає у стимулюванні покупців до швидкого погашення виставлених рахунків через надання знижки за дострокову оплату.

Т

Технологічне старіння — втрата вартості об'єкта як результат науково-технічного прогресу у сфері створення нових конструкцій, технологій та матеріалів, який зумовлює більші, порівняно з сучасними аналогами, експлуатаційні витрати (обслуговування та ремонт) при використанні об'єкта.

Товарної продукції обсяг — це загальна вартість усіх видів готової продукції, робіт і послуг виробничого характеру, що призначені та підготовлені до реалізації зовнішнім відносно продуцента споживачам.

Товарно-матеріальні цінності — частина оборотних активів, представлена виробничими запасами, тваринами на вирощуванні та відгодівлі (на підприємствах агропромислового комплексу), незавершеним виробництвом, запасами товарів і готової продукції.

Ф

Факторинг — фінансова операція, що передбачає уступку підприємством-продавцем банку або іншій фінансово-кредитній установі права отримання коштів з боржника за певну комісійну винагороду.

Фізичний (матеріальний) знос — процес поступового погіршення техніко-експлуатаційних параметрів основних засобів унаслідок

спрацювання їх конструктивних елементів, дії природних явищ і техногенних аварій.

Фінансова стійкість — характеристика фінансово-майнового стану підприємства, що відображає ступінь його незалежності від зовнішніх (позикових) джерел фінансування та здатність вільного маневрування капіталом.

Функціональне старіння — це знецінення об'єкта внаслідок невідповідності його характеристик і параметрів оптимальному техніко-економічному рівню, що забезпечує необхідну для сучасних умов потужність, точність, надійність, енергоспоживання, екологічність тощо.

Ч

Чиста виручка (дохід) — виручка (дохід) від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг за вирахуванням непрямих податків (акциз, ПДВ), вартості повернених товарів, суми наданих знижок.

Чистої продукції обсяг — кількісна характеристика новоствореної (додавкової) вартості, як різниця між вартістю товарної продукції та витратами уречевленої праці.

Я

Явочна чисельність персоналу — це чисельність працівників, що на момент обліку з'явилися на роботу.

Якість продукції — сукупність властивостей товару, що зумовлюють міру його придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення.



Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 за № 436-IV // Відомості Верховної Ради. — 2003. — № 18, № 19—20, № 21—22, ст. 144.
2. Кримінальний кодекс України // Відомості Верховної Ради. — 2001. — № 25, ст. 131.
3. Податковий кодекс України // Голос України від 04.12.2010. — № 229—230.
4. Цивільний кодекс України. // Відомості Верховної Ради. — 2003. — № 40—44, ст.356.
5. Закон України «Про акціонерні товариства» // Відомості Верховної Ради. — 2008. — № 50—51, ст. 384.
6. Закон України «Про банки і банківську діяльність» // Відомості Верховної Ради. — 2001. — № 5—6, ст. 30.
7. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» // Відомості Верховної Ради. — 1999. — № 42—43, ст. 378.
8. Закон України «Про господарські товариства» // Відомості Верховної Ради. — 1991. — № 49, ст. 682.
9. Закон України «Про Державний бюджет на 2011 рік» // Голос України від 30.12.2011. — № 249.
10. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» // Відомості Верховної Ради. — 2001. — № 12, ст. 64.
11. Закон України «Про захист економічної конкуренції» // Відомості Верховної Ради. — 2001. — № 12, ст. 64.
12. Закон України «Про інформацію» // Відомості Верховної Ради. — 1992. — № 48, ст. 650.
13. Закон України «Про режим іноземного інвестування» № 94/96-ВР від 19.03.96 // Відомості Верховної Ради. — 1996. — № 19, ст. 80.
14. Закон України «Про страхування» // Відомості Верховної Ради. — 1996. — № 18, ст. 78.
15. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» // Відомості Верховної Ради. — 2006. — № 31, ст. 268.
16. Указ Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» у редакції від 28.06.1999 за № 746/99.
17. Постанова Кабінету Міністрів України «Про визначення критеріїв віднесення об'єктів державної власності до таких, що мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави» від 03.11.2010 № 999.
18. Постанова Кабінету Міністрів України «Про Положення про реєстр неплатоспроможних підприємств та організацій» від 25 листопада 1996 р. № 1403.

19. Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Порядку подання та розгляду пропозицій щодо формування переліку об'єктів державної власності, що мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави» від 03.12.2010 № 1546.

20. Розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку» від 5 березня 2002 р. № 49-р.

21. Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства» від 19.01.2006 № 14.

22. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс». — Наказ Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. № 87.

23. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 «Звіт про фінансові результати». — Наказ Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. № 87.

24. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р., № 318.

25. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва». — Наказ Міністерства фінансів України від 25.02.2000 р., № 39.

26. *Андриссен Д., Тиссен Р.* Невесомое богатство. Определите стоимость вашей компании в экономике нематериальных активов / Пер. с англ. — М., 2004. — 304 с. — Режим доступа — http://www.cfin.ru/finanalysis/value/study_yourcompany.shtml

27. *Андрусенко Т.* Измерение интеллектуального капитала [Електронний ресурс] / Татьяна Андрусенко // Корпоративные системы. — 2006. — № 3. — Режим доступа: <http://www.management.com.ua/ims/ims121.html>

28. *Бабич О. В.* Методика выявления путей повышения эффективности использования основных производственных фондов промышленного предприятия. // Менеджмент в России и за рубежом. — 2006. — № 4. — С. 76—85.

29. *Бендигов М. А., Джамай Е. В.* Идентификация и измерение интеллектуального капитала // Экономическая наука современной России. — 2001. — № 4. — С. 83—107.

30. *Бондаренко О. С.* Методика управління портфелем дебіторської заборгованості // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — № 4 (58). — С. 17—22.

31. Бухгалтерський облік для економістів і правознавців: Навч. посіб. / За заг. ред. Ю. А. Кузьмінського. — К.: КНЕУ, 2007. — 648 с.

32. *Ван Хорн Дж., Вахович Дж. М (мл.)* Основы финансового менеджмента / Пер. с англ. — 11-е изд. — М.: Вильямс, 2005. — 992 с.

33. *Василик А.* Система чинників формування та розвитку інтелектуального капіталу в Україні // Україна: аспекти праці. — 2006. — № 6. — С. 39—43.

34. *Возняк Г., Беновська Л.* Інтелектуальний капітал підприємств: проблеми ідентифікації та оцінки [Електронний ресурс] // Вісник Львівського університету. — Серія екон. — 2009. — Вип. 41. — С. 115—123. — http://www.lnu.edu.ua/faculty/ekonom/Visnyk_Econom/2009_41/115-123.pdf

35. *Грещак М. Г., Гордієнко В. М., Коцюба О. С. та ін.* Управління витратами: навч. посіб. / За заг. ред. М. Г. Грещака. — К.: КНЕУ, 2008. — 264 с.

36. *Гринів Б.* Проблеми бухгалтерського балансу: його використання в аналізі // Бухгалтерський облік і аудит. — 2008. — № 1. — С. 11—15.

37. *Давидович І. Є.* Управління витратами: Навч. посіб. — К.: Центр навчальної літератури, 2008. — 320 с.

38. *Денисенко М. П., Колос І. В.* Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством // Економіка та держава. — 2006. — № 7. — С. 19—24.

39. *Дмитренко А. І.* Конкурентоспроможність підприємства як узагальнюючий показник ефективності його діяльності // Економіка Крима: Научно-практический журнал: Симферополь. — 2009. — № 28. — С. 6—9.

40. *Дмитренко А. І.* Неплатоспроможність підприємства: сутнісно-видова характеристика та основні критерії // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. — Вип. 253: в 7 т. — Т. III. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. — С. 693—700.

41. *Дмитренко А. І.* Оцінка параметрів балансу в контексті бізнес-діагностики промислового підприємства // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. — Випуск 252: в 6 т. — Т. III. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. — 300 с. — С. 638-647.

42. Економічний аналіз: навч. пос. / За ред. Ф. Ф. Бутинця. — Житомир: ЖІТІ, 2003. — 680 с.

43. Економічний аналіз: навч. пос. / М. А. Болюх, В.З. Бурчевський, М. І. Горбатюк та ін. / За ред. М. Г. Чумаченка. — 2-е вид, перероб. і доп. — К.:КНЕУ, 2003. — 556 с.

44. *Есинов В. Е., Маховикова Г. А., Терехова В. В.* Оценка бизнеса. — СПб.: Питер, 2002. — 416 с.

45. *Ефремов В. С.* Бизнес-системы постиндустриального общества / В. С. Ефремов // Менеджмент в России и за рубежом. — 1999. — № 5. — С. 18—26.

46. *Журавльова І.* Концептуальні основи аналізу інтелектуального капіталу підприємств [Електронний ресурс] // Наукові записки. — Випуск 16. — 2006. — Режим доступу: http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/AfO3PI.pdf

47. *Зимин Н. Е.* Анализ и диагностика финансового состояния предприятий: учеб. пособ. / Н. Е. Зимин. — М.: ЭКМОС, 2002. — 240 с.

48. *Ивашковская И. В., Байбурина Э. Р.* Роль интеллектуального капитала в создании стоимости крупных российских компаний: опыт эмпирического исследования / Вестник Финансовой академии. — 2007. — № 4.

49. *Иноземцев В. Л.* К теории постэкономической общественной формации / В. Л. Иноземцев. — М.: Academia, 1995. — 452 с.

50. Интеллектуальный капитал — стратегический потенциал организации: учеб. пособ. / Под ред. Гапоненко А. Л., Орловой Т. М. — М.: Социальные отношения, 2003. — 184 с.

51. *Иванов В. К.* Тактичні напрями забезпечення платоспроможності підприємства // Вісник економічної науки України. — 2009. — № 1 (15). — С. 79—81.

52. *Иванюта С. М.* Антикризове управління. — К.: ЦНЛ, 2007. — 288 с.

53. *Ильченко С. В.* Побудова та обґрунтування моделі інтелектуального капіталу як фактора конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] // Вісник Національної бібліотеки України ім. Вернадського. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2009_4/files/EC409_19.pdf

54. *Иноземцев В.* Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире // Новая постиндустриальная хвиля на Заході. Антологія / Під ред. В. Л. Иноземцева. — М.: Academia, 1999.

55. *Каплан Р. С.* Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Р. С. Каплан, Д. П. Нортон; пер. с англ. М. Павлова. — М.: Олимп-Бизнес, 2005. — 512 с.

56. *Ковалев А. И., Привалов В. П.* Анализ финансового состояния предприятия. — 5-е изд-е, перераб. и доп. — М.: Центр экономики и маркетинга, 2001. — 256 с.

57. *Ковалев В. В., Ковалев Вит. В.* Финансовый менеджмент. Конспект лекций с задачами и тестами: учеб. пособ. — М.: Проспект, 2010. — 504 с.

58. *Коваленко Л. О., Ремньова Л. М.* Финансовый менеджмент: навч. посіб. — 3-тє вид., випр. і доп. — К.: Знання, 2008. — 483 с.

59. *Козырев А. Н.* Интеллектуальный капитал: состояние проблемы // Сайт кафедры менеджмента Российской академии государственной службы при Президенте РФ. — Режим доступу: <http://www.koism.rags.ru/publ/articles/27.php>

60. *Колот А. М.* Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань / Економічна теорія. — 2007. — № 2. — С. 3—13.

61. *Коробков А.* The Balanced Scorecard (сбалансированная система показателей) — новые возможности для эффективного управления. Управление компанией. — 2002. — <http://www.valex.net/articles/bsc.html>

62. *Коротков Э. М., Беляев А. А., Валовой Д. В., и др.* Антикризисное управление: учеб. пособ. — М.: ИНФРА-М, 2000.

63. *Котюк А. Б.* Оцінювання організаційних структур управління автомобілебудівними компаніями // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 11. — С. 120—129.

64. *Кравецький В.* Конкурентоспроможність підприємства в світлі реалізації інтелектуального капіталу // В. В. Кравецький. — Вісник Вінницького політехнічного інституту. — 2008. — № 2. — С. 24—30.

65. *Лагун М. І.* Методичні аспекти аналізу фінансового стану підприємств у контексті прийняття управлінських рішень // Формування ринкових відносин в Україні. — 2007. — № 7 (74). — С. 16—20.

66. *Лев Б.* Нематериальные активы: управление, измерение, отчетность / Б. Лев; пер. с англ. Л. М. Лопатникова. — М.: КВИНТО-КОНСАЛТИНГ, 2003. — 240 с.

67. *Лень В. С., Гливенко В. В.* Звітність підприємства: підруч. — 2-е вид., перероб. і допов. — К.: ЦНЛ, 2006. — 612 с.

68. *Леонтьев Б. Б.* Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Б. Б. Леонтьев. — М.: Акционер, 2002. — 225 с.

69. *Лігоненко Л. О.* Антикризове управління підприємством: Підручник. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. — 824 с.

70. *Мельник О. Г.* Системно-орієнтована діагностика діяльності підприємства // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 1 (103). — С. 143—150.

71. Методи та моделі вартісної оцінки інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.03.02 [Текст] / В. М. Олейко; НАН України. Ін-т екон. прогнозування. — К., 2002. — 20 с.

72. *Мілевський С. В., Мілов О. В.* Моделі аналізу та управління конкурентоспроможністю промислових підприємств: наук. видання. — Х.: Вид-во ХНЕУ, 2007. — 156 с.

73. *Мних Є. В.* Економічний аналіз: підруч. — К.: Центр навчальної літератури, 2003. — 412 с.

74. *Моисеева Ю.* Основные положения оценки и пути обеспечения конкурентоспособности предприятия // Менеджмент сегодня. — 2005. — № 6. — С. 15—20.

75. *Мочерний С. В.* Економічний енциклопедичний словник: у 2 т. Т. 1 / За ред. С. В. Мочерного. — Львів: Світ, 2005. — 616 с.

76. *Невілл Л.* Практикум зі стратегічного планування. — М.: Покоління, 2006. — 304 с.

77. Організаційно-економічний механізм управління інтелектуальним капіталом підприємства: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.00.04 [Текст] / О. В. Кендюхов; НАН України. Ін-т економіки пром-сті. — Донецьк, 2007. — 31 с.

78. *Орлова Т.* Интеллектуальный капитал: понятие, сущность, виды // Проблемы теории та практики управления. — 2008. — № 4. — С. 109—118.

79. *Осовська Г. В., Осовський О. А.* Менеджмент організацій: Навч. посіб. — К.: Кондор, 2005. — 860 с.

80. *Петренко В. П.* Інтелектуальні ресурси соціально-економічних систем: аспекти інноваційного управління : монографія / В. П. Петренко. — Івано-Франківськ: ПП Курилюк В. Д., 2009. — 196 с.

81. *Пилипчик В. П. та ін.* Промисловий маркетинг: навч. посіб. — К.: ЦНЛ, 2005. — 264 с.

82. *Просвірина І. І.* Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы / Финансовый менеджмент. — 2004. — № 4.

83. *Размадзе Н.* Оценка и факторы роста стоимости высокотехнологичных компаний [Презентация] // Ассоциация Банков Северо-Запада. — 25.09.2008. — http://www.avg.ru/docs/conf26_02.pdf

84. *Ревенко А.* Продуктивність праці в сучасних умовах // Україна: аспекти праці. — 2008. — № 2. — С. 32—37.

85. *Ружанская Н. В.* Особенности расчета эффекта финансового рычага в российской практике финансового менеджмента // Финансовый менеджмент. — 2005. — № 6. — С. 31—36.

86. *Русс Й.* Интеллектуальный капитал: практика управления / Й. Русс, С. Пайк, Л. Фернстем. — СПб. : Высшая школа менеджмента, 2007. — 268 с.

87. *Семенов Г. А., Гирия М. Г.* Аналіз використання матеріальних ресурсів підприємства. // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. — 2006. — № 2. — С. 237—245.

88. *Семенов Г. А., Семенов А. Г., Станчевський В. К.* Техніко-економічні розрахунки на підприємстві: навч. посіб. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 184 с.

89. *Ситник Й. С.* Менеджмент організацій: навч. посіб. — Львів: Тріада Плюс, 2008. — 456 с.

90. *Сілаєв В. І., Гавенко В. В.* Економіка інтелектуальної власності: навч. посіб. — Донецьк: ДонДУУ, 2007. — 200 с.

91. *Сіменко І. В.* Якість організаційної структури управління суб'єктом господарювання: аспекти і параметри оцінки / І. В. Сіменко // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 12. — С. 106—113.

92. *Сумець О. М., Сомова О. Є, Пеліхов Є. Ф.* Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства: навч.-практ. посіб. для студ. екон. спец. — К.: Професіонал, 2007. — 208 с.

93. *Терещенко О. О.* Антикризове фінансове управління на підприємстві: монографія. — К.: КНЕУ, 2004. — 268 с.

94. *Тис Дж.* Получение экономической выгоды от знаний как актив: «новая экономика», рынки ноу-хау и нематериальные активы / Дж. Тис // Российский журнал менеджмента. — 2004. — № 1. — С. 12—17.

95. Управление формированием и развитием интеллектуального капитала коммерческих организаций: Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 [Текст] / О. Г. Ваганян; ФГОУ ВПО «Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации» — М., 2008. — 21 с.

96. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): навч. посіб. \ За заг. ред. Сіваченка І. Ю. — К.: ЦНЛ, 2003. — 186 с.

97. *Фатхутдинов Р. А.* Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление: учеб. пособ. — М.: Инфра-М. 2000.

98. *Филофова Т. Г., Быков В. А.* Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособ. для студентов вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — 271 с.

99. *Фляйшер К.* Стратегический и конкурентный анализ. — М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. — 541 с.
100. Формування інтелектуального капіталу підприємства: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 [Текст] / О. О. Стрижак; Харк. держ. екон. ун-т. — Х., 2004. — 20 с.
101. *Цал-Цалко Ю. С.* Фінансова звітність підприємства та її аналіз: навч. посіб. — 2-е вид., перероб. і допов. — К.: ЦНЛ, 2002. — 360 с.
102. *Череп А. В.* Управління витратами суб'єктів господарювання. Ч. 1: монографія, — Х.: Інжек, 2006. — 368 с.
103. *Чудик М. Л., Назарук Т. В.* Оцінка ефективності організаційних структур // Наука і економіка. — 2007. — № 2(6). — С. 112—118.
104. *Швиданенко Г. О., Дмитренко А. І., Олексюк О. І.* Бізнес-діагностика підприємства: навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2008. — 344 с.
105. *Шевченко А. С.* Конкурентное управление: учеб. пособ. — Харьков: Эспада, 2004. — 520 с.
106. *Шубін О. О., Сіменко І. В.* Аналітична оцінка якості організаційних комунікацій // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 1 (103). — С. 143—184.
107. *Эдвинсон Л.* Корпоративная долгота. Навигация в экономике, основанной на знаниях / Л. Эдвинсон. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 234 с.
108. *Ярошук С., Гавришко Н.* Аналіз ліквідності: проблеми узгодженості розрахунку показників // Наукові записки. — 2006. — Вип. 16.
109. *Albert S., Bradley K.* The Impact of Intellectual Capital / Open University Business School pricing Paper. — 1996. — № 15. — P. 15—20.
110. *Patricia Ordonez de Pablos.* Intellectual capital statements: what pioneering firms from Asia and Europe are doing now // International Journal of Knowledge and Learning. — 2005. — Vol. 1. — № 3. — PP. 249—268.
111. *Roos J. and Roos G.* Valuing intellectual capital? FT Mastering Management. — 1997. — № 3. — July-Aug.. — PP. 6—10.
112. *Sveiby K.* Methods for Measuring Intangible Assets. Jan 2001, latest update 27 April 2010. [http://www.sveiby.com/Portals/0/articles/Intangible Methods.htm](http://www.sveiby.com/Portals/0/articles/Intangible%20Methods.htm)
113. *Tayles M.* The Challenge of Accounting for Intellectual Capital and Intangible Assets / M. Tayles // International Accounting. — 2005. — Spring. — P. 23—27.
114. The Measurement and Management of Intellectual Capital / IFAC. Financial and management accounting committee, September 1998, STUDY 7 [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.ifac.org/StandardsAndGuidance/FMAC/IMAS7.html>.

ДОДАТОК

Додаток А

Таблиця А1

ПАРАМЕТРИ АКТИВУ БАЛАНСУ ПуАТ «Авангард» у x0—x1 pp., тис. грн

Актив	Код рядка	На 01.01.x0	На 01.01.x1	На 01.01.x2
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:				
залишкова вартість	010	15	20	22
первісна вартість	011	32	38	44
накопичена амортизація	012	(17)	(18)	(22)
Незавершене будівництво	020	586	844	79
Основні засоби:				
залишкова вартість	030	8745	23 903	20 333
первісна вартість	031	30 099	45 995	47 004
знос	032	(21 354)	(22 092)	(26 671)
Довгострокові біологічні активи:				
— справедлива (залишкова) вартість	035			
— первісна вартість	036			
— накопичена амортизація	037			
Довгострокові фінансові інвестиції:				
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	040	290	290	290
інші фінансові інвестиції	045	142	108	50
Довгострокова дебіторська заборгованість	050			
Справедлива (залишкова) вартість інвестиційної нерухомості	055			
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	056			
Знос інвестиційної нерухомості	057			
Відстрочені податкові активи	060			
Гудвіл	065			

Актив	Код рядка	На 01.01.x0	На 01.01.x1	На 01.01.x2
Інші необоротні активи	070			
Гудвіл при консолідації	075			
Усього за розділом I	080	9778	25 165	20 774
II. Оборотні активи				
Запаси:				
виробничі запаси	100	1848	1385	2036
тварини на вирощуванні та відгодівлі	110	0	0	0
незавершене виробництво	120	30	20	63
готова продукція	130	1941	3956	6264
товари	140	371	512	1100
Векселі одержані	150	11	20	275
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:				
чиста реалізаційна вартість	160	6540	9348	11 006
первісна вартість	161	6540	9348	11 006
резерв сумнівних боргів	162	(0)	(0)	(0)
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
— з бюджетом	170	2	20	3
— за виданими авансами	180	16 749	2434	2243
— з нарахованих доходів	190			
— із внутрішніх розрахунків	200			
Інша поточна дебіторська заборгованість	210	358	188	263
Поточні фінансові інвестиції	220			16
Грошові кошти та їх еквіваленти:				
в національній валюті	230	8	31	146
— у т.ч. в касі	231	0	10	8
в іноземній валюті	240	4	76	82
Інші оборотні активи	250			
Усього за розділом II	260	27 862	17 990	23 497
III. Витрати майбутніх періодів	270	6	4	14
IV. Необоротні активи та групи вибуття		0	0	0
Баланс	280	37 646	43 159	44 285

ПАРАМЕТРИ ПАСИВУ БАЛАНСУ
ПуАТ «Авангард» у x0—x1 рр., тис. грн

Пасив	Код рядка	На 01.01.x0	На 01.01.x1	На 01.01.x2
I. Власний капітал				
Статутний капітал	300	63	63	63
Пайовий капітал	310			
Додатковий вкладений капітал	320			
Інший додатковий капітал	330	153	153	153
Резервний капітал	340	16	16	16
Нерозподілений прибуток (непо- критий збиток)	350	14 769	17 214	19 765
Неоплачений капітал	360			
Вилучений капітал	370			
Накопичена курсова різниця	375			
Усього за розділом I	380	15 001	17 446	19 997
Частка меншості	385			
II. Забезпечення наступних ви- трат і платежів				
Забезпечення виплат персоналу	400	121	219	272
Інші забезпечення	410			
Сума страхових резервів	415			
Сума часток перестраховиків у страхових резервах	416			
Цільове фінансування	420			
Усього за розділом II	430	121	219	272
III. Довгострокові зобов'язання				
Довгострокові кредити банків	440	11 000	10 200	4771
Інші довгострокові фінансові зо- бов'язання	450			
Відстрочені податкові зобов'я- зання	460	325	146	0
Інші довгострокові зобов'язання	470			
Усього за розділом III	480	11 325	10 346	4771
IV. Поточні зобов'язання				
Короткострокові кредити банків	500	693	322	0

Пасив	Код рядка	На 01.01.x0	На 01.01.x1	На 01.01.x2
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510			
Векселі видані	520	2714	6621	6343
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	6390	6898	11 606
Поточні зобов'язання за розрахунками:				
з одержаних авансів	540	9	33	6
з бюджетом	550	402	338	344
з позабюджетних платежів	560			
зі страхування	570	204	185	180
з оплати праці	580	436	386	392
з учасниками	590	1	1	1
із внутрішніх розрахунків	600			
Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами та групами вибуття, утримуваними для продажу	605			
Інші поточні зобов'язання	610	350	344	373
Усього за розділом IV	620	11 199	15 128	19 245
V. Доходи майбутніх періодів	630	0	20	0
Баланс	640	37 646	43 159	44 285

ПАРАМЕТРИ ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ
ПуАТ «Авангард» у x0—x1 рр., тис. грн

Назва статті	Код рядка	За x0 рік	За x1 рік
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	71 154	74 182
Податок на додану вартість	015	(11 255)	(11 933)
Акцизний збір	020		
	025		
Інші вирахування з доходу	030		
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	035	59 899	62 249
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(45 755)	(49 835)
Валовий:			
прибуток	050	14 144	12 414
збиток	055		
Інші операційні доходи	060	3383	4361
У т.ч. дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції, одержаних унаслідок сільськогосподарської діяльності	061		
Адміністративні витрати	070	(5330)	(3016)
Витрати на збут	080	(4459)	(5166)
Інші операційні витрати	090	(3909)	(4703)
У т.ч. витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції, одержаних унаслідок сільськогосподарської діяльності	091		
Фінансові результати від операційної діяльності:			
прибуток	100	3829	3890
збиток	105		
Дохід від участі в капіталі	110		

Продовження табл. Б

Назва статті	Код рядка	За x0 рік	За x1 рік
Інші фінансові доходи	120		
Інші доходи	130	862	16
Фінансові витрати	140	(1663)	(1486)
Втрати від участі в капіталі	150		
Інші витрати	160	(160)	(7)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	165		
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:			
прибуток	170	2868	2413
збиток	175		
У т.ч. прибуток від припиненої діяльності та/або прибуток від переоцінки необоротних активів та групи вибуття внаслідок припинення діяльності	176		
У т.ч. збиток від припиненої діяльності та/або збиток від переоцінки необоротних активів та групи вибуття внаслідок припинення діяльності	177		
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	(423)	(138)
Дохід з податку на прибуток від звичайної діяльності	185		
Фінансові результати від звичайної діяльності:			
прибуток	190	2445	2275
збиток	195		
Надзвичайні:			
доходи	200		
витрати	205		
Податки з надзвичайного прибутку	210		
Частка меншості	215		
Чистий:			
прибуток	220	2445	2275
збиток	225		

Закінчення табл. Б

Назва статті	Код рядка	За x0 рік	За x1 рік
Забезпечення матеріального заохочення	226		
II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	230	35 869	34 341
Витрати на оплату праці	240	7785	7680
Відрахування на соціальні заходи	250	2558	2518
Амортизація	260	2124	4627
Інші операційні витрати	270	6285	4665
Разом	280	54 621	53 831
III. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	300	60 133	60 133
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	310	60 133	60 133
Чистий прибуток, (збиток) на одну просту акцію	320	40,66	42,42
Скоригований чистий прибуток, (збиток) на одну просту акцію	330	40,66	42,42
Дивіденди на одну просту акцію	340	0	0

ПАРАМЕТРИ АКТИВУ БАЛАНСУ
ПрАТ «Дублер» у х0—х1 рр., тис. грн

Актив	Код рядка	На 01.01.х0	На 01.01.х1	На 01.01.х2
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:				
залишкова вартість	010	0	0	4
первісна вартість	011	46	47	58
накопичена амортизація	012	(46)	(47)	(54)
Незавершене будівництво	020	1627	3239	3303
Основні засоби:				
залишкова вартість	030	19 749	23 417	22 047
первісна вартість	031	40 937	47 638	49 479
знос	032	(21 188)	(24 221)	(27 432)
Довгострокові біологічні активи:				
— справедлива (залишкова) вартість	035			
— первісна вартість	036			
— накопичена амортизація	037			
Довгострокові фінансові інвестиції:				
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	040			
інші фінансові інвестиції	045			
Довгострокова дебіторська заборгованість	050	335	1208	1012
Справедлива (залишкова) вартість інвестиційної нерухомості	055			
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	056			
Знос інвестиційної нерухомості	057			
Відстрочені податкові активи	060	386	133	26
Гудвіл	065	0	0	
Інші необоротні активи	070	0	0	
Гудвіл при консолідації	075	0	0	
Усього за розділом I	080	22 097	27 997	26 392
II. Оборотні активи				

Закінчення табл. В1

Актив	Код рядка	На 01.01.x0	На 01.01.x1	На 01.01.x2
Запаси:				
виробничі запаси	100	2800	2202	3215
тварини на вирощуванні та відгодівлі	110			
незавершене виробництво	120	1920	1870	2225
готова продукція	130	6585	5490	6335
товари	140	242	418	530
Векселі одержані	150	280	340	465
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:				
чиста реалізаційна вартість	160	13 199	25 586	54 233
первісна вартість	161	13 199	24 586	54 233
резерв сумнівних боргів	162	(0)	(0)	(0)
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
— з бюджетом	170	331	138	339
— за виданими авансами	180	1280	900	1025
— з нарахованих доходів	190			
— із внутрішніх розрахунків	200			
Інша поточна дебіторська заборгованість	210	2005	1758	1372
Поточні фінансові інвестиції	220		10	
Грошові кошти та їх еквіваленти:				
в національній валюті	230	13 385	17 040	14 660
— у т.ч. в касі	231		3	5
в іноземній валюті	240	2	2	2
Інші оборотні активи	250	905	470	316
Усього за розділом II	260	42 934	58 043	84 717
III. Витрати майбутніх періодів	270	359	46	892
IV. Необоротні активи та групи вибуття		0	0	0
Баланс	280	65 390	86 086	112 001

ПАРАМЕТРИ ПАСИВУ БАЛАНСУ
ПрАТ «Дублер» у х0—х1 рр., тис. грн

Пасив	Код рядка	На 01.01.х0	На 01.01.х1	На 01.01.х2
I. Власний капітал				
Статутний капітал	300	7000	8750	8750
Пайовий капітал	310			
Додатковий вкладений капітал	320			
Інший додатковий капітал	330	18 264	18 133	18 118
Резервний капітал	340	1750	2188	2188
Нерозподілений прибуток (непокри- тий збиток)	350	26 942	40 934	66 331
Неоплачений капітал	360			
Вилучений капітал	370			
Накопичена курсова різниця	375			
Усього за розділом I	380	53 956	70 005	95 387
Частка меншості	385			
II. Забезпечення наступних витрат і платежів				
Забезпечення виплат персоналу	400			
Інші забезпечення	410			
Сума страхових резервів	415			
Сума часток перестраховиків у страхових резервах	416			
Цільове фінансування	420			
Усього за розділом II	430	0	0	0
III. Довгострокові зобов'язання				
Довгострокові кредити банків	440		1500	1500
Інші довгострокові фінансові зобов'я- зання	450			
Відстрочені податкові зобов'язання	460			
Інші довгострокові зобов'язання	470			
Усього за розділом III	480	0	1500	1500
IV. Поточні зобов'язання				
Короткострокові кредити банків	500			

Закінчення табл. В2

Пасив	Код рядка	На 01.01.x0	На 01.01.x1	На 01.01.x2
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510			
Векселі видані	520			
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	4341	5868	8457
Поточні зобов'язання за розрахунками:				
з одержаних авансів	540	3190	981	233
з бюджетом	550	1473	3157	3094
з позабюджетних платежів	560			
зі страхування	570	584	1070	763
з оплати праці	580	1297	2141	1649
з учасниками	590	52	73	96
із внутрішніх розрахунків	600			
Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами та групами вибуття, утримуваними для продажу	605			
Інші поточні зобов'язання	610	497	1291	822
Усього за розділом IV	620	11 434	14 581	15 114
V. Доходи майбутніх періодів	630	0	0	0
Баланс	640	65 390	86 086	112 001

**ПАРАМЕТРИ ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ
ПрАТ «Дублер» у x0—x1 рр., тис. грн**

Назва статті	Код рядка	За x0 рік	За x1 рік
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	203 044	247 913
Податок на додану вартість	015	(33 842)	(41 320)
Акцизний збір	020		
	025		
Інші вирахування з доходу	030		
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	035	169 202	206 593
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	(138 655)	(158 882)
Валовий:			
прибуток	050	30 547	47 711
збиток	055		
Інші операційні доходи	060	42 083	30 820
У т.ч. дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції, одержаних унаслідок сільськогосподарської діяльності	061		0
Адміністративні витрати	070	(11 264)	(12 571)
Витрати на збут	080	(250)	(400)
Інші операційні витрати	090	(36 800)	(25 490)
У т.ч. витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції, одержаних унаслідок сільськогосподарської діяльності	091		
Фінансові результати від операційної діяльності:			
прибуток	100	24 316	40 070
збиток	105		

Продовження табл. Г

Назва статті	Код рядка	За x0 рік	За x1 рік
Дохід від участі в капіталі	110		
Інші фінансові доходи	120		
Інші доходи	130	114	656
Фінансові витрати	140		
Втрати від участі в капіталі	150		
Інші витрати	160	(68)	(74)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	165		
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:			
прибуток	170	24 362	40 652
збиток	175		
У т.ч. прибуток від припиненої діяльності та/або прибуток від переоцінки необоротних активів та групи вибуття внаслідок припинення діяльності	176		
У т.ч. збиток від припиненої діяльності та/або збиток від переоцінки необоротних активів та групи вибуття внаслідок припинення діяльності	177		
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	(6720)	(10 746)
Дохід з податку на прибуток від звичайної діяльності	185		
Фінансові результати від звичайної діяльності:			
прибуток	190	17 642	29 906
збиток	195		
Надзвичайні:			
доходи	200		
витрати	205		
Податки з надзвичайного прибутку	210		
Частка меншості	215		

Закінчення табл. Г

Назва статті	Код рядка	За x0 рік	За x1 рік
Чистий:			
прибуток	220	17 642	29 906
збиток	225		
Забезпечення матеріального заохочення	226		
II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Найменування показника	Код рядка	За x0 рік	За x1 рік
Матеріальні затрати	230	100 548	115 190
Витрати на оплату праці	240	23 092	23 368
Відрахування на соціальні заходи	250	8713	8745
Амортизація	260	3238	3513
Інші операційні витрати	270	16 511	23 156
Разом	280	152 102	173 972
III. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Найменування показника	Код рядка	За x0 рік	За x1 рік
Середньорічна кількість простих акцій	300	21 657 534	250 000 000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	310	21 657 534	250 000 000
Чистий прибуток, (збиток) на одну просту акцію	320	0,81	1,2
Скоригований чистий прибуток, (збиток) на одну просту акцію	330	0,81	1,2
Дивіденди на одну просту акцію	340	0,18	0,18

РОЗВИТОК ІНСТРУМЕНТАРІО ДЛЯ ВІМІРЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛУ

Рік	Назва	Прихильник	Тип	Опис
2009	ICU Report	Sanchez 2009	SC	ICU є результатом фінансованого ЄС проекту з розроблення ІС-звіту спеціально для вузів. Складається з трьох частин: (1) Бачення установи. (2) Резюме нематеріальних ресурсів і діяльності. (3) Системи індикаторів
2008	EVVICAETM	McMcCurcheon (2008)	DIC	розроблено Центром інтелектуальних активів у Шотландії, як веб-EVVICAЕ інструментарій на основі роботи Patrick H. Sullivan (1995/2000)
2008	Regional Intellectual Capital Index (RICI)	Schiuma, Lerro, Carlucci (2008)	SC	використання концепції Knoware — дерева з чотирма перективами: (апаратні засоби — hardware, netware, wetware, програмне забезпечення — software), щоб створити безліч індикаторів для регіонів
2007	Dynamic monetary model	Milost (2007)	DIC	оцінювання співробітників здійснюється за аналогією з оцінюванням матеріальних активів. Вартість працівника визначається як сума витрат на «придбання» працівника і «вкладень» в цього з вираховуванням вартості адаптації
2004	IAbM	Japanese Ministry of Economy, Trade and Industry	SC	менеджмент інтелектуальних активів (IAbM) є керівництвом з ІС-звітності, що представляється Японським міністерством економіки, торгівлі і промисловості. IAbM-звіт повинен містити: (1) Філософію управління. (2) Звіт за минулий період. (3) Прогноз на майбутнє. (4) Показники інтелектуальних активів. Представлені показники значною мірою відповідають принципам MERITUM

2004	SICAP	SC	фінансований ЄС проект з розроблення загальної моделі ІС-моделі спеціально для органів державного управління та технологічної платформи для сприяння ефективному управлінню комунальними послугами. Структура моделі визначає три основні компоненти інтелектуального капіталу: державний людський капітал, структурний капітал громадськості та громадський капітал відносин
2004	National Intellectual Capital Index	SC	модифікована версія Skandia Navigator для країни: національне багатство складається з фінансового багатства та інтелектуального капіталу (людський капітал + структурний капітал)
2004	Topplimjen/ Business IQ	SC	посадження чотирьох індексів: ідентифікаційного (identity) індексу, індексу людського капіталу, індексу капіталу знань, індексу репутації. Розроблено в Норвегії консалтинговою фірмою Humankapitalgruppen. http://www.humankapitalgruppen.no
2003	Public sector IC	SC	модель ІС для державного сектору, який ґрунтується на Garcia (2001) і додає дві традиційні перспективи для державного управління: прозорість та якість. У ній також визначено негативні елементи, які породжують інтелектуальну відповідальність. Поняття інтелектуальної відповідальності являє собою простір між ідеальним і реальним управлінням, перший відображає, як повинні виконуватися обов'язки державного органу для суспільства
2003	Danish guidelines	SC	рекомендації спонсоровано урядом дослідного проекту про те, що повинні оприлюднювати данські підприємства про свої нематеріальні активи. Статистика з інтелектуального капіталу складається з таких частин: 1) інформація про знання, 2) основні проблеми управління, 3) ряд ініціатив і 4) відповідні показники. http://en.vtu.dk/publications/2003/intellectual-capital-statements-the-new-guideline

Рік	Назва	Прихильник	Тип	Опис
2003	IC-dVAL™	Vonfour (2003)	SC	«Динамічне оцінювання інтелектуального капіталу». Показники в чотирьох вимірах конкурентоспроможності характеризують: ресурси і компетенції, процеси, результати та нематеріальні активи (індекси структурного капіталу і людського капіталу). Journal of IC vol 4 Iss 3 2003
2002	Intellectus model	Sanchez-Canizares (2007)	SC	форум інтелектуальних знань провідного дослідження при товаристві знань. Модель побудована на 7 компонентах, кожен складається з елементів та змінних. Структурний капітал розділений на організаційний капітал і капітал технологічний. Капітал відносин представлений бізнес-капіталом і соціальним капіталом
2002	FiMIAM	Rodov & Leliaert (2002)	DIC/ MCM	оцінює вартість компонентів ІК на основі поєднання вимірювань матеріальних і нематеріальних активів. Метод орієнтується на віднесення значення ІС до ринкової вартості та надбансової вартості
2002	IC Rating™	Edvinsson (2002)	SC	розширення Skandia Navigator за рахунок монітора нематеріальних активів (Intangible Assets Monitor); рейтингує ефективність, оновлення і ризик. Сфера застосування — консалтинг http://www.icrating.com/
2002	Meritum guidelines	Meritum Guidelines (2002)	SC	доследний проект, фінансований ЄС, який дав основу для управління та розкриття інформації про нематеріальні активи в три етапи: 1) визначення стратегічних цілей, 2) визначення нематеріальних ресурсів, 3) заходи з розвитку нематеріальних ресурсів. Розглядаються три класи нематеріальних активів: людський капітал, структурний капітал та капітал взаємин. Оригінальний Meritum final report. Meritum знайшов подальший розвиток у E*KNOW-NET

2001	Caba & Sierra (2001)	SC	модель вимірювання ІК для державного сектору чи модель Європейського фонду управління якістю (EFQM). Вона об'єднує елементи трьох блоків — складових інтелектуального капіталу: людський капітал, структурний капітал і капітал відносин. Описано в Ramirez Y. (2010)
2001	Garcia (2001)	SC	модель вимірювання ІК для державного сектору ґрунтується на ІАМ та містить індикатори: зростання/оновлення, ефективності і стабільності
2001	Schiuma & Marr (2001)	SC	метод оцінювання шести вимірів знань і організаційних можливостей за чотири етапи: 1) визначення основних активів знань; 2) визначення ключових процесів знань; 3) план дій щодо процесів знань; 4) здійснення і контроль покращень і повернення до 1). Описано в книзі «Прибуток від людей у Deloitte & Touche. Важко знайти» (2002)
2000	Baum, Iftner, Larcker, Low, Siesfeld, and Malone (2000)	SC	розроблено Wharton Business School разом з Cap Gemini Ernst & Young Center для Business Innovation та Forbes. Відображає нефінансові метрики для пояснення ринкової вартості компанії, містить багато чинників для різних галузей промисловості. Розробники VCI рекомендують зосередити увагу на фактори, які вважають важливими ринки, а не на тому, що вважають менеджери. http://www.forbes.com/asap/2000/0403/140.html
2000	The Value Explorer™	DIC	методологія обліку, за пропонована КМРГ для розрахунку вартості 5 виділених типів нематеріальних активів: (1) активи і вкладення, (2) навички та неявні знання, (3) колективні цінності і норми, (4) технологія і явні знання, (5) основні процеси і процеси управління. http://www.weightlesswealth.com/downloads/Implementing%20the%20value%20explorer.PDF
2000	Intellectual Asset Valuation	DIC	методологія оцінювання вартості інтелектуальної власності

Рік	Назва	Прихильник	Тип	Опис
2000	Total Value Creation, TVC™	Anderson & McLean (2000)	DIC	Проект, ініційований Canadian Institute of Chartered Accountants. TVC використовує дисконтування прогнозованих грошових потоків для оцінювання впливу запланованих заходів. http://www.cica.ca/about-the-profession/cica/annual-reports/item_21582.pdf
1999	Knowledge Capital Earnings	Lev (1999)	ROA	доходи від капіталу знань розраховуються як частина нормованих доходів (середня за три роки в промисловості та узгоджена із прогнозними оцінками аналітиків) понад прибуток, отримуваний на балансові активи. Доходи потім використовуються для капіталізації капіталу знань
1998	Inclusive Valuation Methodology (IVM)	McPherson (1998)	DIC	використання ієрархії зважених показників, що роблять акцент на відносини, а не абсолютні значення. Комбінована додана вартість = Грошова додана вартість у поєднанні з доданою вартістю нематеріальних активів
1998	Accounting for the Future (AFTF)	Nash H. (1998)	DIC	система прогнозованих дисконтованих грошових потоків. Різниця між вартістю AFTF на кінець і початок періоду та доданою вартістю за звітний період. http://home.sprintmail.com/~humphreynash/future_of_accounting.htm
1998	Investor assigned market value (IAMV™)	Standfield (1998)	MCM	відображає справжню вартість компанії як ринкову вартість її акцій, поділену на Матеріальний капітал + (Реалізований ІК + Збільшення ІК + SCA (Стійкі конкурентні переваги))
1997	Calculated Intangible Value	Stewart (1997)	MCM	вартістю інтелектуального капіталу вважається різниця між фондовою ринковою вартістю фірми і балансовою вартістю компанії. Метод ґрунтується на припущенні, що збільшені доходи компанії, тобто надприбуток порівняно з середнім у галузі, отримуються в результаті ІК компанії. Є попередницькою моделлю капіталу знань Лева

1997	Economic Value Added (EVA™)	Stern & Stewart 1997	ROA	розраховується шляхом коригування виявленого прибутку фірми від змін в нематеріальних активах. Зміни в EVA є індикатором того, чи продуктивно використовується інтелектуальний капітал фірми. EVA є надбанням консалтингової фірми Sternstewart і одним з найпоширеніших методів. http://www.sternstewart.com/?content=proprietary&pr=eva
1997	Value Added Intellectual Coefficient (VAIC™)	Pulic (1997)	ROA	рівняння, яке показує, скільки і наскільки ефективно інтелектуальний капітал і капітал створили вартість. Базується на зв'язку трьох основних компонентів: (1) капітал — <i>capital employed</i> ; (2) людський капітал — <i>human capital</i> , і (3) структурний капітал — <i>structural capital</i> . $VAIC_{TM_i} = CEE_i + HCE_i + SCE_i$ http://www.vaic-on.net/start.htm
1997	IC-Index™	Roos, Roos, Dragonetti & Edvinsson (1997)	SC	об'єднує всі індивідуальні показники, що представляють інтелектуальну власність і komponує в єдиний індекс. Зміни в індексі пов'язані зі зміною ринкової оцінки компанії
1996	Technology Broker	Brooking (1996)	DIC	вартість інтелектуального капіталу фірми оцінюється на основі діагностичного аналізу відповіді керівників фірми на двадцять запитань, що охоплюють чотири основні компоненти інтелектуального капіталу: орієнтовані на людину активи, нематеріальні активи, ринкові активи, інфраструктурні активи
1996	Citation-Weighted Patents	Dow Chemical (1996)	DIC	технологічний фактор розраховується на основі патентів, отриманих фірмою. Інтелектуальний капітал та його продуктивність вимірюються на основі впливу науково-дослідних розробок. Формується з ряду показників, таких, як кількість патентів та вартість патентів, оборот від продажу продукції, яку описують патенти фірми

Рік	Назва	Прихильник	Тип	Опис
1995	Holistic Accounts	Rambøll Group	SC	консалтингова група «Rambøll is a Danish» з 1995 року представляє власний звіт «Цілісний бухгалтерський облік» («Holistic Accounting»), що ґрунтується на EFQM моделі бізнес-переваг www.efqm.org . Описує дев'ять ключових сфер з показниками: вартість та управління, стратегічні процеси, людські ресурси, структурні ресурси, консалтинг, результати зультати клієнтів, результати співробітників, результати співпраці і фінансові результати. Їх звіт на www.ramboll.com
1994	Skandia Navigator™	Edvinsson and Malone (1997)	SC	інтелектуальний капітал вимірюється аналізування до 164 метричних показників (91 інтелектуальних і 73 традиційних метрик), які охоплюють п'ять зрізів: (1) фінансовий; (2) клієнтський; (3) процеси; (4) оновлення і розвиток; та (5) люди. Страхова компанія «Skandia» зробила його популярним, але Skandia більше не складає такі звіти
1994	Intangible Asset Monitor	Sveiby (1997)	SC	менеджери вибирають показники на основі стратегічних цілей фірми для оцінювання чотирьох аспектів створення вартості для трьох класів нематеріальних активів: компетенція співробітників, внутрішня структура, зовнішня структура. Моделі створення вартості: (1) зростання (2) оновлення, (3) використання / ефективність, і (4) зниження ризику / стабільність. www.sveiby.com/articles/companymonitor.html
1992	Balanced Score Card	Kaplan and Norton (1992)	SC	продуктивність компанії вимірюється показниками, що охоплюють чотири основні перспективи: (1) фінансову позицію, (2) погляди клієнтів, (3) внутрішні процеси; і (4) навчання і розвиток. Показники ґрунтуються на стратегічних цілях фірми. http://www.balancedscorecard.org/

1990	HR statement	Ahonen (1998)	DIC	застосування в управлінні HRCA досить поширене у Фінляндії. Розраховуючи прибутки і втрати від людських ресурсів (HR profit and loss account), виділяють три класи витрат людських ресурсів: витрати на оновлення, витрати на розвиток, витрати виснаження (скорочення). 150 фінських компаній подали HR-звітність у 1999
1989	The Invisible Balance Sheet	Sveiby (ed. 1989) The «Konrad» group	MCM	відмінність між вартістю фірми на фондовому ринку і її балансовою вартістю, пояснюється трьома взаємопов'язаними складовими «сін'ї» капіталу: людського капіталу, організаційного капіталу і споживчого капіталу. Три категорії вперше опубліковані в цій книзі у Швеції і де-факто стали стандартом
1988	Human Resource Costing & Accounting (HRCA 2)	Johansson (1996)	DIC	розраховується прихований вплив пов'язаних з HR витрат та скорочення прибутку фірми. Корективи, внесені до P&L. Інтелектуальний капітал вимірюється діленням внеску людських активів, що належать компанії на капіталізовані витрати зарплати. Було отримано як результат польових досліджень усфери захисту прав працівників. HRCA Journal.
1970's	Human Resource Costing & Accounting (HRCA 1)	Flamholtz (1985)	DIC	піонер у кадровому обліку Eric Flamholtz — ряд методів для розрахунку значення людських активів. http://www.harrt.ucla.edu/faculty/bios/flamholtz.html
1950's	Tobin's q	Tobin James	MCM	коефіцієнт «q» є відношенням вартості фірми на фондовому ринку до відornoї вартості її активів. Зміни в «q» є підставою для вимірювання ефективності створення компанією інтелектуального капіталу. Розроблено лауреатом Нобелівської премії економістом Дж. Тобіном у 1950-х рр. http://en.wikipedia.org/wiki/Tobin's_q

Навчальне видання

**ШВИДАНЕНКО Генефа Олександрівна
ДМИТРЕНКО Артем Іванович**

БІЗНЕС- ДІАГНОСТИКА ПІДПРИЄМСТВА

Навчальний посібник

Редактор *М. Ястреб*
Художник обкладинки *Т. Зябліцева*
Коректор *О. Щербак*
Верстка *М. Віннік*

Підписано до друку 15.10.12. Формат 60×84/16. Папір офсет. № 1.
Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 26,04.
Обл.-вид. арк. 29,63. Зам. № 11-4164

Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)

Тел./факс (044) 537-61-41; тел. (044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток