

12. *David C. Court. A New Model for Marketing // The McKinsey Quarterly, 2004, No 4, p. 4—5.*

13. *Алешина И. В. Поведение потребителей. — М.: Фаир-пресс. 1999. — 376 с.*

14. *Энджел Д. Ф., Блекуэлл Р. Д., Миниард П. У. Поведение потребителей. — СПб.: Питер Ком, 1999. — 768 с.*

Стаття надійшла до редакції 01.04.2008

УДК 339.138

О. І. Олексюк, докторант
кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МЕБЛЕВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Опрацьовано ефективні методичні підходи до оцінки результативності в промисловості, проаналізовано тенденції та параметри розвитку вітчизняного меблевого ринку.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: результативність, ефективність, економіка, попит.

За результатами макроекономічного дослідження нами визначено галузеві пропорції та загальні тенденції розвитку підприємств меблевої промисловості світу, європейських держав, України чи її окремих сегментів. На цій основі маємо можливість перейти до аналізу ефективності діяльності та результативності розвитку окремих суб'єктів господарювання, що дозволить довести теоретичні моделі до рівня практичних рекомендацій для конкретних підприємств меблевого сектору України.

Розпочнемо загальну оцінку діяльності та розвитку меблевих підприємств на основі побудови моделі ДюПонт-аналізу, яка представляє собою технологію математичного розкладання рентабельності активів (власного капіталу, інвестованого капіталу) на показники другого рівня, що у свою чергу далі подрібнюються індикаторами третього рівня. Через певну кількість кроків і при правильному математичному та економічному поєднанні показників, аналітику вдається побудувати цілісну ієрархічну систему, яка доведена до рівня одноелементних характеристик господарської діяльності підприємства. Технології такого аналізу, вважаємо, повинні бути наповнені економічною доцільністю та логі-

кою проведення розрахунків, відповідно до реальних процесів у економічних системах. З метою демонстрації можливостей таких розрахунків нами сформована п'яти факторна модель, яка наповнена розрахунками на базі середньо галузевих показників підприємств меблевого бізнесу:

$$\begin{aligned}
 \text{Рентабельність активів підприємства} &= \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Валовий прибуток}} \cdot \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Чистий дохід від реалізації}} \cdot \\
 &\cdot \frac{\text{Чистий дохід від реалізації}}{\text{Середньорічна сума оборотних активів}} \cdot \frac{\text{Середньорічна сума оборотних активів}}{\text{Середньорічна сума поточних зобов'язання}} \cdot \frac{\text{Середньорічна сума поточних зобов'язання}}{\text{Сукупні активи}} \quad (1)
 \end{aligned}$$

У якості результуючого показника нами обрана рентабельність активів як найзагальніший показник поміж усіх інших, що традиційно використовуються у моделі аналізу ДюПонт. Крім того, проводячи розрахунки на основі загальногалузевих показників діяльності підприємств меблевої промисловості, ми свідомо обмежилися тільки трьома основними ієрархічними рівнями показників. Подальша деталізація повинна базуватися на специфіці діяльності конкретного підприємства, на принципах розподілу відповідальності за досягнення цілей між персоналом, на врахуванні технологічних чи організаційних особливостей діяльності. Загально галузевий аналіз за своєю суттю позбавлений такої конкретики, що унеможливорює розробку управлінського варіанту моделі аналізу рентабельності активів. Загальну схему проведення аналізу ми представили трохи вище, але вважаємо за потрібне показати рівні аналітичних індикаторів і фази переходу між ними (рис. 1):

Отже, з рис. 1 видно, що управлінець на основі розробленої схеми отримує можливість впливати на рентабельність використання майна підприємства меблевої промисловості (усереднена оцінка) через зміни у розмірі чистого і валового прибутку; збільшуючи свою частку на ринку, змінюючи цим самим доходи від реалізації; через оптимізацію структури оборотних коштів та збіль-

шення інтенсивності їх господарського використання; змінюючи обсяги поточних зоб'язань, на основі використання широкого інструментарію фінансового менеджменту; через зміни обсягів використовуваного майна за певний період; за допомогою оптимізації податкових платежів. Незважаючи на певну «алогічність» представленого вище переліку можливостей, на наш погляд, вони дозволяють керівникам підприємства представити цілі діяльності у форматі зрозумілому для функціональних спеціалістів.

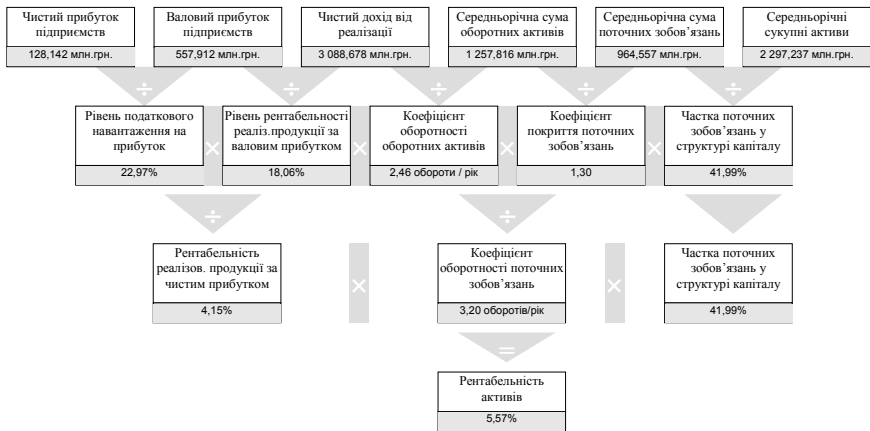


Рис. 1. Розкладення рентабельності активів (за чистим прибутком) великих і середніх підприємств меблевої промисловості у 2006 р. на три рівня аналізу

Інший варіант розрахунку аналітичних співвідношень за вказаною логікою, але на основі операційного прибутку, як більш вільного від викривлень показника (він не виступає базою оподаткування), та їх поєднання за 2004—2006 рр. представлені у табл. 1.

У табл. 1 до вашої уваги запропонована вже шестифакторна модель аналізу у двох, на наш погляд, достатньо обґрунтованих варіантах. У варіанті А використовуються на початку моделі співвідношення операційного та валового прибутку та рентабельність продажу продукції за валовим прибутком. У варіанті Б ці два показники замінені рентабельністю операційних витрат (операційною рентабельністю) та часткою операційних витрат у вартості проданої продукції (за операційними витратами).

**РОЗРАХУНОК РЕНТАБЕЛЬНОСТІ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА
МЕБЕЛЕВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ПО МОДЕЛІ ДЮПОНТ
ЗА ОПЕРАЦІЙНИМ ПРИВУТКОМ у 2004—2006 рр.**

Варіант А

Роки	(Операційний Прибуток) / (Валовий Прибуток)	(Валовий Прибуток) / (Чистий Дохід Від Реалізації)	(Чистий Дохід від Реалізації) / (Середньорічні Оборотні Активи)	(Середньорічні Оборотні Активи) / (Середньорічні Поточні Зобов'язання)	(Середньорічні Поточні Зобов'язання) / (Середньорічні Сукупні Активи)	(Операційний Прибуток) / (Середньорічні Сукупні Активи)	Рентабельність Активів
2004 р.	0,351	0,161	2,379	1,186	0,449	0,071	7,14 %
2005 р.	0,326	0,154	2,310	1,216	0,452	0,064	6,37 %
2006 р.	0,317	0,181	2,456	1,304	0,420	0,077	7,71 %

Варіант Б

Роки	(Операційний Прибуток) / (Валовий Прибуток)	(Валовий Прибуток) / (Чистий Дохід Від Реалізації)	(Чистий Дохід від Реалізації) / (Середньорічні Оборотні Активи)	(Середньорічні Оборотні Активи) / (Середньорічні Поточні Зобов'язання)	(Середньорічні Поточні Зобов'язання) / (Середньорічні Сукупні Активи)	(Операційний Прибуток) / (Середньорічні Сукупні Активи)	Рентабельність Активів
2004 р.	0,070	0,808	2,379	1,186	0,449	0,071	7,14 %
2005 р.	0,060	0,829	2,310	1,216	0,452	0,064	6,37 %
2006 р.	0,066	0,869	2,456	1,304	0,420	0,077	7,71 %

Відзначимо, що незважаючи на постійний ріст обсягів виробництва меблевої продукції та зростання основних показників господарської діяльності підприємства, рентабельність використання майна підприємств меблевої промисловості виявляє достатній рівень нестабільності. Наприклад, за більшістю товарних сегментів, у 2005 році зафіксовано швидке зростання обсягів виробництва, але за показником рентабельності активів у цей же рік спостерігається зниження фінансової ефективності діяльності виробників меблів. Хоча починаючи з 2006 р. рівень показника не тільки відновився до рівня 2004 р., але й перевищив його на кілька відсоткових пунктів.

Виявлені тенденції, на основі представлених у табл. 1 розрахунків, слід трактувати наступним чином:

— основний позитивний вплив на зміну середньо галузевого рівня рентабельності використання активів підприємствами меблевої промисловості справив показник рентабельності реалізованої продукції (за варіантом А), який розраховано на основі валового прибутку;

— основний негативний вплив на результуючий показник справило співвідношення операційного і валового прибутку, а також частка поточних зобов'язань у структурі капіталу підприємств, як основний чинник ризику та зростання фінансових витрат у їх діяльності.

Загальновідомо, що операційний прибуток при формуванні фінансової звітності розраховується на основі позареалізаційних операційних доходів і витрат (включаючи адміністративні витрати та витрати на збут). Таким чином, співвідношення операційного та валового прибутку слід трактувати як рівень орієнтації діяльності підприємства на його виробничий профіль чи ринкову спеціалізацію.

З метою доведення можливості використання описаної вище технології розкладення економічних показників, вважаємо за необхідне продемонструвати читачам інший приклад такого аналізу. Відходячи від поширених сьогодні у середовищі бізнес-аналітиків фінансових підходів до діагностики діяльності підприємств, запропонуємо технологію розкладення продуктивності праці, тим більше що вказаний показник вже розрахований у процесі наших досліджень. Отже, іншим різновидом ієрархічного аналізу вважаємо розкладення одного з базових економічних показників — продуктивності праці:

$$\text{Продуктивність праці} = \frac{\text{Дохідність виробленої продукції}}{\text{Фондовіддача основних засобів за продукцією}} \times \frac{\text{Фондоозброєність праці}}{\text{Фондовіддача основних засобів за продукцією}} \quad (2)$$

або ж:

$$\text{Продуктивність праці} = \frac{\text{Чистий дохід від реалізації}}{\text{Обсяг виробленої продукції}} \times \frac{\text{Середньорічна вартість основних засобів}}{\text{Середньорічна вартість основних засобів}} \times \frac{\text{Середньорічна вартість основних засобів}}{\text{Средньооблікова чисельність персоналу}} \quad (3)$$

Загальна логіка побудови розрахунків, приблизно така ж, як і в попередній моделі ДюПонт, але результируючий показник розкривається не через фінансові індикатори, а через економічні показники фондовіддачі, фондоозброєності та дохідності виробленої продукції. Вихідна інформація для таких розрахунків міститься не у фінансовій звітності підприємств, а в основному у їх статистичних документах.

Таблиця 2

РОЗРАХУНОК ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ (ЗА ЧИСТИМ ДОХОДОМ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ) НА ПІДПРИЄМСТВАХ МЕБЛЕВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ в 2004—2006 рр.

Роки	(Чистий Дохід Від Реалізації) / (Обсяг Виробленої Продукції)	(Обсяг Виробленої Продукції) / (Середньорічна Вартість Основних Засобів)	(Середньорічна Вартість Основних Засобів) / (Середньооблікова Чисельність Персоналу)	Продуктивність Праці = (Чистий Дохід Від Реалізації / Середньооблікова Чисельність Персоналу)
2004 р.	1,702	2,081	16,247	57,540
2005 р.	1,568	2,387	17,273	64,658
2006 р.	0,759	5,146	18,476	72,122

За результатами розрахунків слід констатувати, що за 2004—2006 рр. спостерігається зафіксована стійка тенденція до зростання продуктивності праці в середньому за підприємствами меблевої промисловості. Слід відзначити, що середньорічні темпи зростання продуктивності праці у приведеному розрахунку становлять 11,96 %. Основну роль у такому зростанні результуючого показника відіграло зростання фондоозброєності праці на підприємствах меблевої промисловості (середньорічний темп за 2004—2006 рр. становить 6,64 %) і підвищення фондовіддачі використання основних засобів (середньорічний темп 65,2 %). При цьому за рахунок цього вдалося компенсувати падіння дохідності виробництва меблевої продукції, середньорічний темп якого становить 29,8 %.

Виходячи зі статистичної інформації щодо стану меблевої промисловості в 2004—2006 рр. та динаміки змін за основними товарними сегментами, нами побудовано такий підхід до формування репрезентативної вибірки конкретних підприємств:

— основою для обґрунтування чисельності вибірки та відбору окремих підприємств виступає інформація фінансово-статистичної звітності суб'єктів господарювання за 2006 р.;

— основні критерії, за якими відбиралися підприємства такі: 1) ринкова позиція, як похідна від обсягів реалізованої продукції за відповідний період (оцінка проводиться за чистим доходом від реалізації); 2) масштаби діяльності, оцінені на базі абсолютних розмірів майна (сукупні активи підприємства); 3) використовувані виробничі потужності, оцінені через фактичний обсяг виробництва меблевої продукції; 4) чисельність працюючих, як додаткова характеристика масштабів діяльності, оцінена через середньооблікову чисельність персоналу за відповідний період; 5) сформована станом на 2006 р. продуктова спеціалізація і широта асортименту.

На цій основі нами було відібрано 15 виробників меблевої продукції, які працюють у різних товарних сегментах і об'єднуються нами у три кластери. Загалом, у меблевому бізнесі України працює велика кількість суб'єктів господарювання, але підприємства нашої вибірки забезпечили близько 42,5 % загальних обсягів збуту меблів за 2006 р. в Україні. Загальні пропорції господарської діяльності підприємств меблевої промисловості, що ввійшли до нашої вибірки, відображає порівняння їх чистого доходу від реалізації та собівартості реалізованої продукції, а також визначення валового прибутку на цій основі. Нами співставленні результати та витрати діяльності підприємств вибірки за 2006 рік, що й представлено на рис. 2.

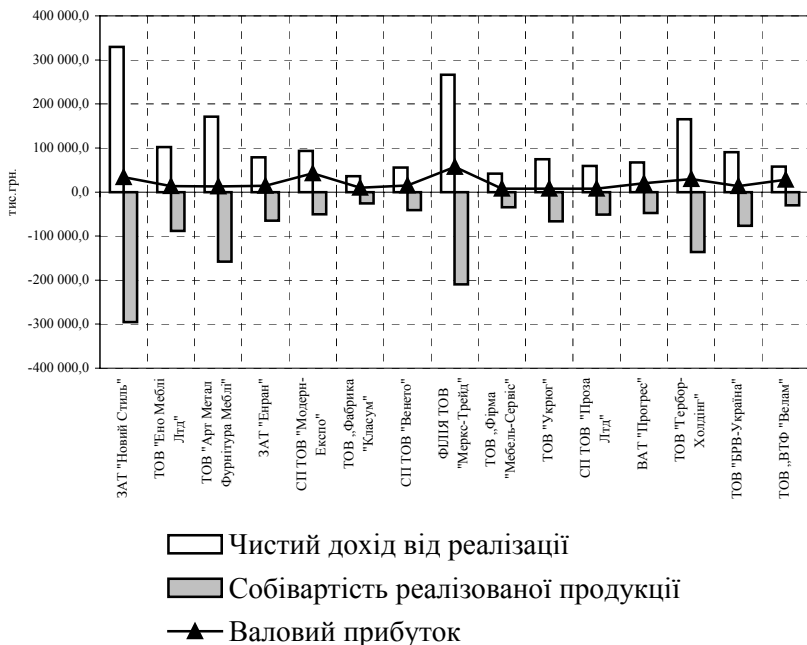


Рис. 2. Формування валового прибутку від реалізації продукції підприємств вибірки у 2006 р.

Приведені на діаграмі порівняння доходів і витрат від реалізації меблевої продукції, дозволяють говорити, що у ТОВ «Меркс Трейд», СП ТОВ «Модерн Експо» і ТОВ «Гербор Холдінг» сформовані найкращі пропорції цих економічних показників. Слід також відзначити, що всі відібрані нами підприємства працюють прибутково (за валовим прибутком). Вважаємо, що їх фінансова успішність свідчить про володіння певними конкурентними перевагами на меблевому ринку України, а це також робить їх носіями кращої практики ведення меблевого бізнесу. Особливе значення остання теза буде мати у кінцевих розділах нашого дослідження результативності діяльності підприємств меблевої промисловості.

Фінансові результати діяльності, які ми попередньо оцінили на основі валових показників, слід проаналізувати по можливості через розрахунки чистих аналітичних індикаторів. Під чистими показниками будемо розуміти розраховані величини,

що відображають ті чи ті економічні процеси, які очищені від впливу проміжних чи спотворюючих факторів. Іншими словами, у випадку з прибутком підприємств, під очищеним показником слід розуміти чистий прибуток підприємства за результатами фінансового року. Динаміку зміни цього показника можна знайти у додатках, а у основному тексті нами представлена оцінка тільки станом на 2006 р. Рівень та пропорції розподілу валового прибутку на чистий та платежі з нього представлено на рис. 3.

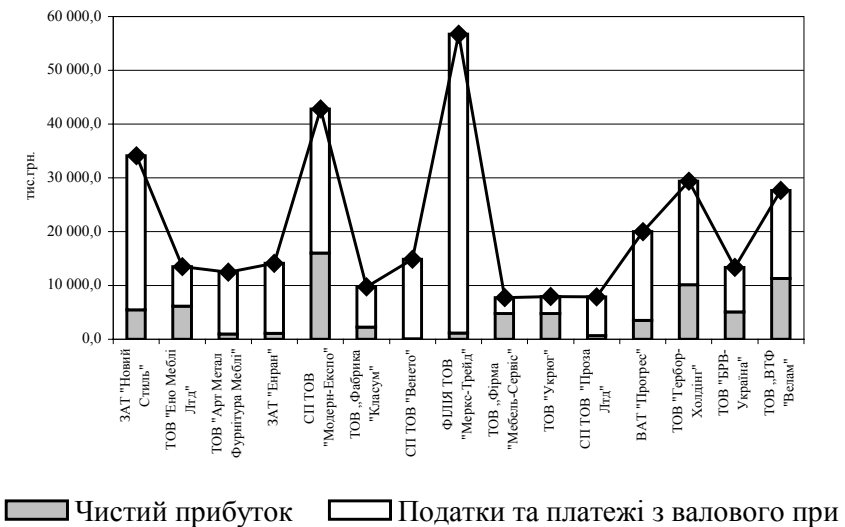


Рис. 3. Основні пропорції розподілу валового прибутку підприємств вибірки у 2006 р.

Відзначимо, перед тим як робити будь-які висновки, що чистий прибуток вважається дещо спотвореним аналітичним індикатором. В економічному контексті суть чистого прибутку зводиться, як відомо до оцінки чистої величини перевищення доходів над витратами, що залишається у розпорядженні підприємства. Однак, слід зауважити, що існуюча в Україні прак-

тика ведення господарської діяльності та відмінності між фінансовим, бухгалтерським, податковим та управлінським обліками не дозволяють говорити, що чистий прибуток хоча б якоюсь мірою виконує свою аналітичну роль у ході економічних досліджень. Вважаємо, що рівень чистого прибутку слід аналізувати у прив'язці до інших параметрів діяльності підприємств меблевої промисловості: динаміки обсягів реалізації, рівня ефективності використання ресурсів тощо. Іншими словами, ми схильні будь-які зміни у розмірі чистого прибутку підприємства трактувати через відсутність чи наявність умов для їх існування.

Отже, на основі діаграми (рис. 3) слід відзначити, що тільки одне з підприємств вибірки СП ТОВ «Венето» за 2006 р. майже не сформуvalo чистого прибутку, інші ж компанії так чи інакше демонструють прибуткову діяльність. Така ситуація додатково підтверджує наші попередні висновки щодо володіння обраними підприємствами певними конкурентними перевагами. Найбільший розмір прибутку у 2006 р. сформували СП ТОВ «Модерн Експо», ТОВ «Гербор Холдінг», ТОВ «ВТФ «Велам». При чому, у цих підприємств частка чистого прибутку у валовому одна з найбільших у вибірці (37,5 %, 34,4 %, 40,9 % відповідно). За часткою чистого прибутку випереджають вказані підприємства ТОВ «Фірма «Меблі-Сервіс» (61,6 %), ТОВ «Укрюг» (60,4 %), ТОВ «Ено Меблі Лтд» (45,7 %). Слід зазначити, що з цих співвідношень витікає загальний висновок щодо важливості не тільки абсолютних обсягів отриманого протягом періоду валового прибутку, але й пропорції його розподілу.

Для акцетування наших досліджень на проблемі оцінки результативності використана одна з найбільш поширених методик її оцінки — технологія аналізу Д.Скотт-Сінка. Нагадаємо, що характеристика результативності діяльності підприємств зводиться автором до певної послідовності логічних переходів від дієвості, економічності і якості до власне результативності. Теоретична обґрунтованість вказаної моделі та можливості чи доцільності таких логічних поєднань, як це зображено на рис. 4 ми не обговорюємо на цьому етапі дослідження. Хоча слід відзначити, що ми дещо змінили авторські розрахунки у відповідності до цілей аналізу та власних інформаційних можливостей. З метою надання читачам можливості самостійно використати цю методику нижче на рис. 4 ми відобразили закладені у модель технології розрахунків.

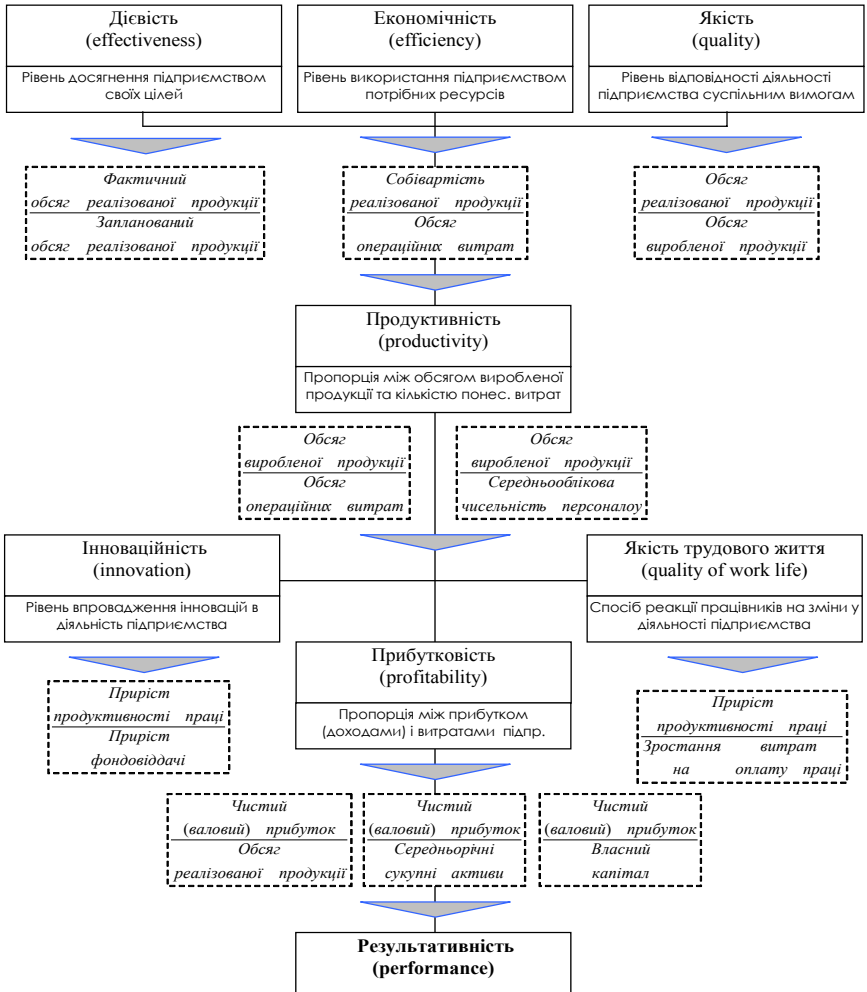


Рис. 4. Логіка синтезу показника результативності на базі моделі Д. Скотт-Сінка

Наступним кроком нашого дослідження є розрахунок представлених на рисунку показників, на основі фінансово-економічної інформації за кожним підприємством вибірки. Вважаємо, що за результатами інтерпретації розрахунків, нам вдасться або ж підтвердити або ж спростувати отримані раніше висновки і узагальнення. Відповідно до закладеної логіки, ми розпочинаємо визначення показника дієвості діяльності підприємств вибірки за 2004—2006 рр. (табл. 3).

Таблиця 3

**РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКА ДІЄВІСТЬ
ЗА ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИБІРКИ за 2004—2006 рр.**

Підприємства	Індекси зростання обсягів реалізованої продукції (за чистим доходом від реалізації)		Індекс дієвості	
	2005/2004	2006/2004	2005/2004	2006/2004
ЗАТ «Новий Стиль»	2,12	1,60	1,58	1,19
Українсько-Австрійсько-Британське ТОВ «Ено Меблі Лтд»	1,00	0,90	0,75	0,67
ТОВ «Арт Метал Фурнітура Меблі»	5,40	3,45	4,03	2,58
ЗАТ «Енран»	1,42	1,00	1,06	0,74
СП ТОВ Українсько-Польське «Модерн-Експо»	1,96	1,40	1,46	1,05
ТОВ «Фабрика «Класум»	1,38	1,12	1,03	0,84
ТОВ СП Українсько-Італійське «Венето»	0,98	1,14	0,73	0,85
ФІЛІЯ ТОВ «Меркс-Трейд» (до 2004 р. ТОВ «Меркс Меблі»)	0,70	1,27	0,52	0,95
ТОВ «Фірма «Мебель-Сервіс»	1,46	1,97	1,09	1,47
ТОВ «Укрюг»	3,10	1,18	2,31	0,88
Українсько-Швецьке ТОВ «Проза Лтд»	1,00	1,34	0,75	1,00
ВАТ «Прогрес»	0,99	1,39	0,74	1,04
ТОВ «Гербор-Холдінг»	1,40	1,21	1,05	0,91
ТОВ «БРВ-Україна»	1,60	1,31	1,19	0,98
ТОВ «Виробничо-торговельна фірма «Велам»	1,30	1,23	0,97	0,92
Приріст місткості меблевого ринку України	1,34	2,49		

Слід відзначити, що запланований приріст обсягів реалізації продукції визначається на середньо галузевому рівні, тобто окреме підприємство повинно збільшити обсяг реалізації за визначений період хоча б пропорційно зростанню місткості меблевого ринку. Такі міркування побудовані на логіці збереження ринкових позицій, тобто у протилежному випадку слід очікувати зменшення ринкової частки підприємства. Покращення ринкових позицій і відповідно перевищення індексу дієвості одиниці відзначено протягом 2004—2006 рр. у таких підприємств: ТОВ «Арт Метал Фурнітура Меблі», ТОВ СП «Модерн-Експо», ТОВ «Фірма «Меблі-Сервіс», СП ТОВ «Проза Лтд.» (тільки у 2006 р.) і ВАТ «Прогрес» (тільки у 2006 р.). Щодо діяльності інших підприємств вибірки слід говорити про їх деяке відставання від динаміки зростання меблевого ринку.

Наступним кроком нашого аналізу слід вважати визначення показника економічності діяльності підприємств вибірки за 2004—2006 рр. (табл. 4).

**РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКА ЕКОНОМІЧНОСТІ
ЗА ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИБІРКИ за 2004—2006 рр.**

Підприємства	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн				Операційні витрати за період, тис. грн				Економічність			
	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.
ЗАТ «Новий Стиль»	69 893,9	188 379,5	295 585,0	73 094,2	207 114,3	311 971,0	0,96	0,91	0,95	0,96	0,91	0,95
Українсько-Австрійсько-Британське ТОВ «Ено Меблі Лтд»	0,0	100 245,2	88 579,9	4,3	106 378,9	102 874,0	0,00	0,94	0,86	0,00	0,94	0,86
ТОВ «Арт Метал Фурнітура Меблі»	8 634,2	47 614,2	158 310,0	8 858,6	44 467,1	142 311,0	0,97	1,07	1,11	0,97	1,07	1,11
ЗАТ «Енран»	52 045,5	70 708,8	65 006,5	58 039,1	45 235,7	54 055,6	0,90	1,56	1,20	0,90	1,56	1,20
СП ТОВ Українсько-Польське «Модерн-Експо»	21 205,1	42 259,8	50 728,0	28 399,9	52 222,3	69 697,2	0,75	0,81	0,73	0,75	0,81	0,73
ТОВ «Фабрика «Класум»	17 086,3	22 932,9	26 083,6	21 726,4	26 134,8	31 372,5	0,79	0,88	0,83	0,79	0,88	0,83
ТОВ СП Українсько-Італійське «Венето»	31 341,9	30 354,8	40 954,8	49 776,2	49 415,8	58 218,7	0,63	0,61	0,70	0,63	0,61	0,70
ФІЛІЯ ТОВ «Меркс-Трейд» (до 2004 р. ТОВ «Меркс Меблі»)	249 487,5	169 381,0	209 357,0	58 871,1	58 917,7	97 333,0	4,24	2,87	2,15	4,24	2,87	2,15
ТОВ «Фірма «Мебель-Сервіс»	11 619,7	19 169,7	34 260,2	11 932,4	18 501,5	33 884,0	0,97	1,04	1,01	0,97	1,04	1,01
ТОВ «Укрюг»	18 970,5	57 257,1	66 641,9	19 201,5	58 100,7	67 420,0	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99
Українсько-Швейцарське ТОВ «Проза Лтд»	40 664,0	45 122,3	51 069,1	44 725,9	44 960,9	52 134,5	0,91	1,00	0,98	0,91	1,00	0,98
ВАТ «Прогрес»	34 450,5	31 842,8	47 360,3	50 674,5	49 667,7	68 019,9	0,68	0,64	0,70	0,68	0,64	0,70
ТОВ «Гербор-Холдінг»	79 904,0	115 701,4	136 023,0	88 436,9	127 668,5	149 782,0	0,90	0,91	0,91	0,90	0,91	0,91
ТОВ «БРВ-Україна»	38 661,0	56 817,7	76 929,3	50 055,3	72 749,0	79 602,1	0,77	0,78	0,97	0,77	0,78	0,97
ТОВ «Виробничо-торговельна фірма «Велам»	20 921,3	26 119,4	30 381,9	27 814,0	35 362,5	43 468,3	0,75	0,74	0,70	0,75	0,74	0,70

У розрахунках використовуються два основних витратних показники господарської діяльності, які виділяються у фінансово-статистичній звітності підприємств — собівартість реалізованої продукції та операційні витрати. Вибір першого показника продиктований його інформаційною доступністю і зв'язком з ринком. Собівартість проданої продукції відображає ніби ресурси продані підприємством споживачам у їх продукції, тобто відображає обсяг використання затребуваних ринком ресурсів. Сума ж операційних витрат по своїй сутті характеризує обсяги витрат підприємств за певний період. Тобто скільки підприємство споживало економічних ресурсів за різних періодів свого розвитку. Вважаємо, що співставлення цих двох економічних показників має певний сенс з позицій оцінки результативності.

Отже, у випадку коли собівартість реалізованої продукції менше ніж валові витрати за той же період, слід вважати, що підприємство споживає більше ресурсів ніж продає (чи списує) на ринку. Значення показника економічності при цьому менше одиниці. У випадку коли навпаки, значення економічності більше одиниці, слід говорити про перевищення вартості проданих на ринку економічних ресурсів над обсягами спожитих ресурсів за той же період (така ситуація можлива при врахуванні складських запасів, витрат майбутніх періодів тощо).

Загальні висновки з представлених у таблиці розрахунків мають наступний вигляд:

— У більшості підприємств вибірки значення показника економічності менше одиниці, що свідчить про споживання частини економічних ресурсів без їх подальшого збуту споживачам у структурі собівартості продукції. Найбільший розрив між проданими ресурсами і спожитими за той же період ресурсами спостерігається у ТОВ СП «Венето», ВАТ «Прогрес» і ТОВ ВТФ «Велам». Слід відзначити, що існує кілька можливих причин таких співвідношень — виведення збутових операцій на іншу компанію, виробництво продукції на склад чи інше.

— У таких підприємств, як ТОВ «Арт Метал Фурнітура Меблі», ЗАТ «Екран», ТОВ «Меркс Трейд», ТОВ «Фірма «Меблі Сервіс» значення показників економічності більше одиниці, що, на наш погляд, свідчить про торговельну специфіку їх діяльності. Наприклад, ТОВ «Меркс Трейд» є спеціалізованою торговельною організацією, через яку проходять збутові потоки багатьох інших підприємств групи «Меркс». Таким чином, собівартість реалізованої продукції у цієї організації значно перевищує її операційні витрати.

Далі переходимо до оцінки рівня якості продукції підприємств вибірки, хоча всі вони є лідерами на меблевому ринку в цілому чи на його окремих сегментах. За відсутності можливості зведення асортименту продукції підприємств до конструкційно однорідних груп і необхідності проведення якісних маркетингових досліджень для реальної оцінки рівня якості продукції підприємств вибірки, нами зроблено припущення щодо можливості узагальненої оцінки. У найзагальнішому вигляді зазначимо, що можна вважати ринковий попит на меблеву продукцію підприємства індикатором її високої якості, не забуваючи про інші фактори впливу на споживання меблів в Україні. Взагалі, на основі такого розрахунку визначається не рівень якості, а рівень відповідності виробленої продукції вимогам ринку, її конкурентоспроможність, ефективність роботи відділу збуту тощо. Вихідні дані та результати розрахунків показника якості за представленою вище логікою наведені у табл. 5.

Таким чином, співставляючи обсяги виробництва та обсяги реалізації меблевої продукції, вважаємо, у найбільш узагальненому вигляді ми можемо оцінити рівень затребуваності ринком тих чи інших товарів за кожним підприємством вибірки. На базі визначення вказаного співвідношення слід зробити кілька узагальнень:

— Перш за все, слід вказати на те, що у більшості підприємств вибірки значення нашого показника якості перевищує одиницю, що свідчить, що підприємство продає свою продукцію дорожче, ніж її виробляє. Можливість продажу меблів за вищими цінами поряд з нормальною прибутковістю діяльності виробників, також відображає рівень її якості та відомості на ринку (тобто конкурентоспроможність).

— У ТОВ «Меркс Трейд», СП ТОВ «Проза Лтд.», СП ТОВ «Модерн-Експо» мають значення цього показника нижче одиниці, що свідчить про їх торгову орієнтацію та незначні обсяги власного виробництва.

Наступним кроком нашого аналізу стало визначення продуктивності праці за підприємствами вибірки, як найзагальнішого показника ефективності використання трудових ресурсів. Вихідна інформація для розрахунків наведені у табл. 6.

Згідно рис. 4 та логіки економічних розрахунків нами визначається один традиційний показник продуктивності праці, а інший побудований за логікою моделі Д. Скотт-Сінка. Згідно авторської трактовки, під продуктивності слід розуміти кількість виробленої продукції на одиницю використаних економічних ресурсів. Отже, з метою врахування загальної кількості використаних ресурсів нами використаний показник операційних витрат.

РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКА ЯКОСТІ ЗА ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИБІРКИ за 2004—2006 рр.

Підприємства	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн			Вартість виробленої за період продукції за період, тис. грн			Якість		
	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.
ЗАТ «Новий Стиль»	97 374,9	206 122,5	329 690,0	95 859,7	302 489,6	641 607,0	0,98	1,47	1,95
Українсько-Австрійсько-Британське ТОВ «Ено Меблз Лтд»	0,0	113 798,5	102 045,0	92 458,3	97 630,8	159 315,0	0,00	0,86	1,56
ТОВ «Арт Метал Фурнітура Меблз»	9 158,3	49 468,3	170 776,0	8 943,6	58 863,7	337 577,0	0,98	1,19	1,98
ЗАТ «Енран»	56 008,6	79 367,6	79 106,6	35 559,0	45 164,0	77 792,0	0,63	0,57	0,98
СП ТОВ Українсько-Польське «Модерн-Експо»	34 118,6	66 792,2	93 541,7	32 363,0	88 242,0	0,0	0,95	1,32	0,0
ТОВ «Фабрика «Класум»	23 051,5	31 851,1	35 782,2	23 280,4	32 436,1	74 125,0	1,01	1,02	2,07
ТОВ СП Українсько-Італійське «Венецо»	49 759,8	48 959,4	55 809,4	38 582,30	31 614,7	64 978,0	0,78	0,65	1,16
ФІЛІЯ ТОВ «Меркс-Грейд» (до 2004 р. ТОВ «Меркс Меблз»)	299 648,8	209 699,4	266 068,0	101 377,0	55 257,8	101 377,0	0,34	0,26	0,38
ТОВ «Фірма «Мебель-Сервіс»	14 638,4	21 313,1	42 031,6	6 426,5	13 567,3	62 163,0	0,44	0,64	1,48
ТОВ «Укрюг»	20 367,6	63 046,6	74 613,8	19 813,4	61 636,3	131 534,0	0,97	0,98	1,76
Українсько-Шведське ТОВ «Проза Лтд»	43 646,0	43 846,6	58 936,4	16 852,7	11 483,9	36 493,0	0,39	0,26	0,62
ВАТ «Прогрес»	48 803,0	48 311,4	67 372,4	37 909,7	35 955,8	90 911,0	0,78	0,74	1,35
ТОВ «Гербор-Холдінг»	97 098,1	136 244,3	165 397,0	80 536,0	124 617,0	284 775,0	0,83	0,91	1,72
ТОВ «БРВ-Україна»	42 929,0	68 670,2	90 269,3	37 720,0	59 998,0	149 582,0	0,88	0,87	1,66
ТОВ «Виробничо-торговельна фірма «Велама»	36 467,6	47 295,7	58 077,8	23 012,3	31 914,1	73 514,0	0,63	0,67	1,27

Таблиця 6
РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКА ПРОДУКТИВНОСТІ ЗА ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИБІРКИ за 2004—2006 рр.

Підприємства	Вартість виробленої за період продукції за період, тис. грн			Операційні витрати за період, тис. грн			Середньобілова чисельність персоналу		
	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.
ЗАТ «Новий Стиль»	95 859,7	302 489,6	641 607,0	73 094,2	207 114,3	311 971,0	583	1223	2120
Українсько-Австрійсько-Британське ТОВ «Ено Мебл. Лгд»	92 458,3	97 630,8	159 315,0	4,3	106 378,9	102 874,0	2,0	2156	1860
ТОВ «Арт Метал Фурнітура Мебл»	8 943,6	58 863,7	337 577,0	8 858,6	44 467,1	142 311,0	527	337	1197
ЗАТ «Енран»	35 559,0	45 164,0	77 792,0	58 039,1	45 235,7	54 055,6	948	929	969
СП ТОВ Українсько-Польське «Модерн-Експо»	32 363,0	88 242,0	0,0	28 399,9	52 222,3	69 697,2	380	470	695
ТОВ «Фабрика «Класум»	23 280,4	32 436,1	74 125,0	21 726,4	26 134,8	31 372,5	644	656	640
ТОВ СП Українсько-Італійське «Венето»	38 582,3	31 614,7	64 978,0	49 776,2	49 415,8	58 218,7	228	209	187
ФІЛІЯ ТОВ «Меркс-Трейд» (до 2004 р. ТОВ «Меркс Мебл»)	101 377,0	55 257,8	101 377,0	58 871,1	58 917,7	97 333,0	584	2057	2214
ТОВ «Фірма «Мебель-Сервіс»	6 426,5	13 567,3	62 163,0	11 932,4	18 501,5	33 884,0	274	420	539
ТОВ «Укрюг»	19 813,4	61 636,3	131 534,0	19 201,5	58 100,7	67 420,0	340	340	784
Українсько-Швейцьке ТОВ «Проза Лгд»	16 852,7	11 483,9	36 493,0	44 725,9	44 960,9	52 134,5	435	456	477
ВАТ «Прогрес»	37 909,7	35 955,8	90 911,0	50 674,5	49 667,7	68 019,9	708	763	758
ТОВ «Гербор-Холдінг»	80 536,0	124 617,0	284 775,0	88 436,9	127 668,5	149 782,0	672	793	875
ТОВ «БРВ-Україна»	37 720,0	59 998,0	149 582,0	50 055,3	72 749,0	79 602,1	409	448	466
ТОВ «Виробничо-торговельна фірма «Велам»	23 012,3	31 914,1	73 514,0	27 814,0	35 362,5	43 468,3	161	180	187

Результати таких розрахунків наведені у графічному вигляді на діаграмах (рис. 5—6), дозволяють вказати, що найвищий рівень продуктивності праці персоналу станом на 2006 р. у ТОВ «ВТФ «Велам», ТОВ СП «Венето», ТОВ «Гербом Холдінг», ТОВ «БРВ Україна». За результатами продуктивності за операційними витратами слід вказати, що найвищого рівня цей показник станом на 2006 р. зафіксовано у ТОВ «Арт Метал Фурнітура Меблі», ТОВ Фабрика «Класум», ЗАТ «Новий Стиль». Відзначимо, що результати двох розрахунків виділяють різні підприємства у якості лідерів. Для поглиблення такого аналізу доцільно було б використати модель розкладення продуктивності праці на кілька показників другого рівня.

Наступним кроком нашого дослідження чи побудови логічного ланцюга визначення результативності окремих підприємств меблевої промисловості виступає розрахунок показника інноваційності їх діяльності. Саме інновації, як втілення практичного використання та комерціалізації продуктів інтелектуальної праці, виступають ключовим фактором довгострокової ефективності підприємства. Особливої актуальності проблематика управління інноваційною діяльністю здобуває за умов інформаційного типу виробництва, про що йшлося у попередніх розділах роботи. Таким чином, закономірним є розрахунок аналітичного індикатора, що відображає процеси використання інтелектуального капіталу, генерації та впровадження нововведень у господарську діяльність підприємств. Джерела виникнення та сфери використання інновацій є достатньо широкими і варіативними, що суттєво ускладнює наші економічні розрахунки єдиного показника. Найбільшою конкретикою, з позицій кількісного вимірювання кінцевого результату використання інновації, володіють технічні та організаційні новини. Отже, саме на оцінку цих двох типів інновацій і спрямовуються наші подальші розрахунки (табл. 7).

У представленій таблиці 7 нами визначався показник інноваційності діяльності підприємства на основі співставлення змін двох індикаторів ефективності — продуктивності праці (за чисельністю персоналу) та фондівіддачі. Перший з них відображає рівень ефективності використання людини, як носія та активного чинника соціально-економічної системи підприємства. На рівень продуктивності праці за той чи інший період справляють вплив кілька основних груп факторів — матеріально-технічні, організаційні та соціально-психологічні. Стосовно показника фондівіддачі слід відзначити, що він відображає рівень прогресивності технології виробництва. У загальному випадку, якщо підприємство

тво отримує більше продукції на кожну гривню основних засобів, ніж його конкуренти, то слід говорити про використання ним більш продуктивного обладнання, більш прогресивних технологій тощо. У випадку, коли рівень продуктивності праці зростає більш швидкими темпами, ніж фондovіддача у окремого підприємства за той же період, слід говорити про використання саме організаційних та соціально-психологічних факторів її зростання (технічні чинники відстають). Якщо ж спостерігається перевищення темпів зростання фондovіддачі над зростанням продуктивності праці, то мова повинна вестись про покращання техніко-технологічних складових виробничого процесу.

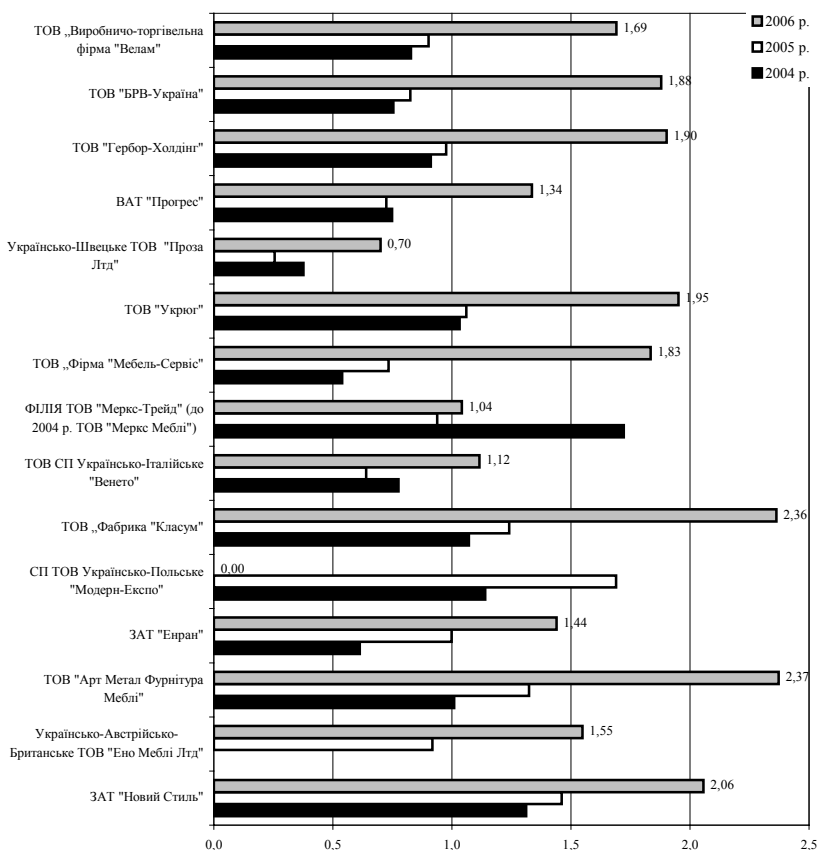


Рис. 5. Продуктивність за операційними витратами підприємств вибірки за 2004—2006 рр.

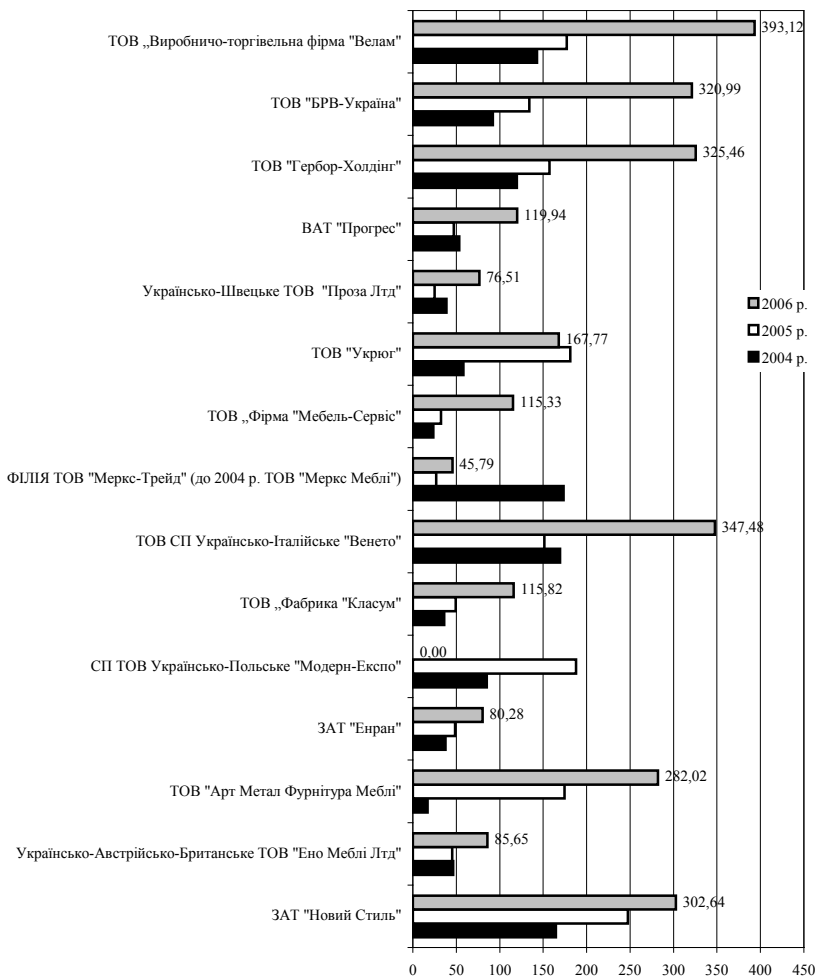


Рис. 6. Продуктивність праці персоналу підприємств вибірки за 2004—2006 рр.

**РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКА ІННОВАЦІЙНОСТІ
ЗА ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИБІРКИ за 2004—2006 рр.**

Підприємства	Індекс зміни продуктивності праці		Індекс зміни фондівдачі		Інноваційність	
	2004/2005 р.	2005/2006 р.	2004/2005 р.	2005/2006 р.	2004/2005 р.	2005/2006 р.
	ЗАТ «Новий Стиль»	1,50	1,22	1,63	1,63	0,92
СП ТОВ «Ено Мебл Лгд»	0,98	1,89	3,48	0,75	0,28	2,53
ТОВ «Арт Метал Фурнітура Мебл»	10,29	1,61	7,50	2,25	1,37	0,72
ЗАТ «Енран»	1,30	1,65	1,46	0,97	0,89	1,71
СП ТОВ «Модерн-Експо»	2,20	0,00	1,34	0,89	1,65	0,00
ТОВ «Фабрика «Класум»	1,37	2,34	1,21	1,07	1,13	2,20
ТОВ СП «Венето»	0,89	2,30	0,70	0,93	1,28	2,48
ФІЛІЯ ТОВ «Меркс-Трейд» (до 2004 р. ТОВ «Меркс Мебл»)	0,15	1,70	0,31	1,07	0,49	1,60
ТОВ «Фірма «Мебель-Сервіс»	1,38	3,57	0,98	1,67	1,40	2,13
ТОВ «Укрюг»	3,11	0,93	0,99	0,39	3,14	2,36
СП ТОВ «Проза Лгд»	0,65	3,04	0,73	2,27	0,88	1,34
ВАГ «Прогрес»	0,88	2,55	0,90	1,37	0,98	1,85
ТОВ «Гербор-Холдінг»	1,31	2,07	1,03	0,87	1,27	2,38
ТОВ «БРВ-Україна»	1,45	2,40	1,19	0,93	1,22	2,56
ТОВ «Виробничо-торговельна фірма «Велам»	1,24	2,22	0,68	0,94	1,84	2,35

Отже, слід зазначити, що більшість підприємств вибірки орієнтуються саме на використання організаційних та соціально-психологічних чинників підвищення ефективності їх діяльності. Значення індексу інноваційності у них за 2004—2006 рр. в основному не перевищує одиниці. Тільки ЗАТ «Новий стиль», ТОВ СП «Ено Меблі Лтд.» та ТОВ «Меркс Меблі» продемонстрували перевищення показником інноваційності одиниці за цей же період. Така ситуація повинна пояснюватися з позицій інвестиційного забезпечення інноваційних процесів. Саме для реалізації організаційних інновацій потрібно значно менше інвестиційних ресурсів, ніж для впровадження техніко-технологічних новин. Таким чином, більшість підприємств йдуть шляхом мінімізації інвестиційних витрат і досягнення зростання ефективності їх діяльності на основі саме організаційних та мотиваційних факторів роботи персоналу.

Логічним у цьому контексті продовженням нашого дослідження виступає розрахунок показника якості трудового життя, про результати якого можна дізнатися з табл. 8.

Згідно закладеної логіки розрахунку, якість трудового життя вимірюється як співвідношення динаміки зростання продуктивності праці та фонду оплати праці персоналу. Іншими словами, робиться припущення, що при підвищенні продуктивності праці швидшими темпами, ніж зростає за цей же період фонд оплати праці, слід говорити про підвищення якості трудового життя працівників підприємств вибірки. Хоча відзначимо, що використана методика та припущення при визначенні якості трудового життя, не дає можливість зробити однозначні висновки, але найбільше, на наш погляд, дозволяє охарактеризувати цю складну соціально-економічну характеристику трудового колективу підприємства.

Таким чином, у СП ТОВ «Ено Меблі Лтд.», ТОВ «Меркс Трейд», ВАТ «Прогрес» розрахований нами показник трудового життя перевищує одиницю. Це свідчить, що продуктивність праці персоналу цих підприємств зростає швидше, ніж витрати на оплату праці. Така ситуація характеризується нами як позитивна, свідчить про ефективну систему мотивації (не тільки грошового характеру), свідомість працівників тощо. Крім цього за умови зростання продуктивності праці швидше за витрати на оплату праці, слід говорити про підвищення ефективності діяльності та покращання техніко-технологічної бази підприємств.

**РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКА ЯКОСТІ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ
ЗА ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИБІРКИ за 2004—2006 рр.**

Підприємства	Індекс зміни продуктивності праці		Індекс зміни витрат на оплату праці		Якість трудового життя	
	2004/2005 р.	2005/2006 р.	2004/2005 р.	2005/2006 р.	2004/2005 р.	2005/2006 р.
ЗАТ «Новий Стиль»	1,50	1,22	2,86	2,20	0,53	0,56
Українсько-Австрійсько-Британське «Ено Меблі Лтд»	0,98	1,89	1,00	1,07	0,98	1,77
ТОВ «Арт Метал Фурнігура Меблі»	10,29	1,61	6,11	3,81	1,68	0,42
ЗАТ «Енран»	1,30	1,65	1,19	1,43	1,09	1,16
СП ТОВ Українсько-Польське «Модерн-Експо»	2,20	0,00	1,69	1,96	1,30	0,00
ТОВ «Фабрика «Класум»	1,37	2,34	1,24	1,11	1,10	2,12
ТОВ СП Українсько-Італійське «Венето»	0,89	2,30	1,29	1,09	0,69	2,10
ФІЛІЯ ТОВ «Меркс-Грейд» (до 2004 р. ТОВ «Меркс Меблі»)	0,15	1,70	5,17	1,26	0,03	1,36
ТОВ «Фірма «Мебель-Сервіс»	1,38	3,57	2,08	1,81	0,66	1,98
ТОВ «Укрюг»	3,11	0,93	2,91	1,27	1,07	0,73
Українсько-Шведське ТОВ «Проза Лтд»	0,65	3,04	1,14	1,22	0,57	2,50
ВАТ «Прогрес»	0,88	2,55	1,43	1,22	0,62	2,09
ТОВ «Гербор-Холдінг»	1,31	2,07	1,32	1,33	0,99	1,55
ТОВ «БРВ-Україна»	1,45	2,40	1,31	1,40	1,11	1,71
ТОВ «Виробничо-торговельна фірма «Велам»	1,24	2,22	1,44	1,24	0,86	1,78

Завершуємо наші розрахунки за представленою на рис. 4 моделлю оцінки результативності (сформованою на основі наукових розробок Д. Скотт-Сінка), визначенням трьох показників рентабельності — рентабельності продажу, рентабельності використання активів і рентабельності власного капіталу. Результати визначення цих показників за підприємствами вибірки за 2004—2006 рр. представлені у табл. 9.

Визначення рентабельності продажу дозволяє з одного боку оцінити рівень прибутку на кожну гривню проданої на ринку продукції, а з іншого, у поєднанні з аналізом асортименту, виділити ринкові сегменти, що забезпечують максимальну прибутковість, чи сформувані максимально прибутковий товарний портфель підприємств меблевої промисловості. Розрахунок рентабельності використання активів підприємствами меблевого сектору слід інтерпретувати через вартість капіталу та його альтернативну доходність. Іншими словами рівень рентабельності активів підприємств вибірки дозволяє говорити про максимально досяжний рівень ефективності використання майна у меблевому бізнесу, враховуючи те що вибірка сформована з підприємств лідерів меблевої галузі. На закінчення, рентабельність власного капіталу дозволить оцінити рівень інвестиційної привабливості цього сектору економіки.

Отже, в цілому рентабельність продажу за підприємствами вибірки коливається в межах 7—48 %, що свідчить про суттєвий розрив між підприємствами вибірки та існуючу суттєву специфіку їх діяльності. Так найвищий рівень рентабельності продажу зафіксовано протягом 2004—2006 рр. у ТОВ «ВТФ «Велам» (станом на 2006 р. досягнутий показник у 48 %), найнижчі ж показники мало ТОВ «Арт Метал Фурнітура Меблі» (на 2006 р. — 7 %). Основні підприємства-виробники меблів продемонстрували протягом 2004—2006 рр. рентабельність продажу від 9 % до 27 %, а спеціалізовані імпортери та торговельні компанії — від 13 % до 46 %. Таким чином, слід говорити про вищу прибутковість комерційних операції на меблевому ринку, ніж власне виробництво меблів в Україні.

На базі розрахунку рентабельності сукупних активів за 2004—2006 рр. за підприємствами вибірки нами визначено, що в середньому підприємства меблевої промисловості отримують від 9 коп. до 77 коп. на кожну гривню інвестованого капіталу (без визначення структури джерел фінансування). Однозначно слід вказати на недостатній рівень прибутковості використання майна у 9—20 %, так як така рентабельність відстає навіть від рентабельності

Таблиця 9

**РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКА ПРИБУТКОВОСТІ
ЗА ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИБІРКИ за 2004—2006 рр.**

Підприємства	Коефіцієнт рентабельності продаж			Коефіцієнт рентабельності активів			Коефіцієнт рентабельності власного капіталу		
	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.
ЗАТ «Новий Стиль»	0,28	0,09	0,10	0,54	0,16	0,28	0,65	0,44	0,74
Українсько-Австрійсько-Британське ТОВ «Ено Мебл. Лтд»	н/д	0,12	0,13	0,00	0,15	0,14	0,00	0,23	0,15
ТОВ «Арт Метал Фурнігура Меблі»	0,06	0,04	0,07	0,17	0,14	0,25	3,90	3,61	8,48
ЗАТ «Енран»	0,07	0,11	0,18	0,05	0,09	0,16	0,17	0,37	0,57
СП ТОВ Українсько-Польське «Модерн-Експо»	0,38	0,37	0,46	0,67	0,69	0,77	1,05	1,06	1,09
ТОВ «Фабрика «Класум»	0,26	0,28	0,27	0,31	0,42	0,42	0,79	0,81	0,74
ТОВ СП Українсько-Італійське «Венето»	0,37	0,38	0,27	0,60	0,43	0,29	-2,36	-2,38	-2,53
Філія ТОВ «Меркс-Грейд» (до 2004 р. ТОВ «Меркс Мебл»)	0,17	0,19	0,21	0,21	0,15	0,19	1,06	91,55	47,27
ТОВ «Фірма «Мєбель-Сервіс»	0,21	0,10	0,18	0,20	0,13	0,33	0,34	0,22	0,46
ТОВ «Укрюг»	0,07	0,09	0,11	0,73	0,77	0,42	0,92	0,89	0,45
Українсько-Шведське ТОВ «Проза Лтд»	0,07	0,00	0,13	0,11	0,00	н/д	1,23	0,00	н/д
ВАТ «Прогрес»	0,29	0,34	0,30	0,73	0,85	0,84	1,07	1,06	1,07
ТОВ «Гербор-Холдінг»	0,18	0,15	0,18	0,46	0,41	0,46	1,09	0,89	0,89
ТОВ «БРВ-Україна»	0,10	0,17	0,15	0,05	0,11	0,09	0,14	0,22	0,22
ТОВ «Виробничо-торговельна фірма «Велам»	0,43	0,45	0,48	0,66	0,65	0,55	0,89	0,80	0,75

банківських депозитних операцій. У той же час рентабельність у 84 % свідчить про певну специфіку організації бізнесу того чи іншого підприємства. У подальшому ми ще повернемося до проблеми побудови ефективних бізнес-моделей діяльності підприємств меблевої промисловості, але зараз хотіли б зазначити, що існуюча практика ведення діяльності передбачає виведення активів на одну організацію, а реалізацію продукції через іншу. Аналіз рентабельності використання власного капіталу дозволяє засвідчити, що інвестор повинен очікувати отримувати від 15 % до 80 % на вкладений ним капітал. У структурі підприємств-вибірки і визначених на цій основі показниках рентабельності існують явні відхилення від економічної логіки та аналітичної сутті цього індикатора. Наприклад, не слід традиційно підходити до трактування рентабельності власного капіталу у ТОВ «Меркс Меблі», так як у основна звітність здається не по ключовим підприємствам концерну «Меркс», а по окремих філії, яка не може за своєю організаційною суттю володіти власним капіталом. До специфічних за значенням також слід віднести результати розрахунків рентабельності власного капіталу у ТОВ СП «Венето», у якого взагалі зафіксована збитковість діяльності. При цьому від'ємний результат отриманий за цим підприємством не через фінансові збитки за результатами 2004—2006 рр., а через від'ємне значення власного капіталу. Така ситуація трактується нами як наявність у структурі власного капіталу ТОВ СП «Венето» нерозподіленого збитку минулих років, унаслідок специфіки ведення бухгалтерського обліку та організації фінансових потоків у рамках підприємств групи «Венето».

Література

1. *Кокінз Г.* Управление результативностью: Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 315 с.
2. *Майер, Маршал В.* Оценка эффективности бизнеса / Пер. с англ. А. О. Корсунський. — М.: ООО «Вершина», 2004. — 272 с.
3. *Петухов Р. М.* Оценка Эффективности промышленного производства — М.: Экономика, 1990. — 160 с.
4. *Прокопенко И. И.* Управление производительностью: практическое руководство / Пер. с англ. — К.: Техника, 1990. — 319 с.
5. *Скот Д. Синк.* Управление производительностью, планирование, измерение и оценка, контроль и повышение. — М.: Прогресс, 1989. — 387 с.
6. Управление эффективностью бизнеса / Е. Ю. Духонин, Д. В. Исаев, Е. Л. Мостовой и др.; Под ред. Г. В. Генса. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 269 с.

7. Хрипач В. Я. Оценка и материальное стимулирование эффективности производства. — К.: Высшая школа, 1985. — 150 с.

8. Эйлон Б. Голд. Система показателей эффективности производства. — М.: Экономика, 1980. — 250 с.

Стаття надійшла до редакції 22.04.2008

УДК: 658.893

Ю. С. Маліч, здобувач,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

В роботі проаналізовано сучасні підходи до організації практики маркетингового забезпечення інноваційного розвитку в промисловості, опрацьовано засади модифікації параметрів цільових ринків на базі поведінкових алгоритмів споживачів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інновації, маркетинг, поведінка, стратегії, споживачі.

Інноваційна діяльність це складаний та багатоаспектний процес [1, 2], який з великою мірою абстракції можна розподілити на три головні складові:

- інноваційну ініціативу;
- потреби ринку;
- виробництво як об'єкт задоволення ринкових потреб.

На сучасному етапі еволюції ціннісних пропонувань (рис. 1), інноваційна діяльність розглядається як основний напрямок створення компетенцій майбутнього.

Концепція інноваційно-конкурентноспроможної орієнтації підприємств є пріоритетним засобом регулювання прогресивних перетворень у вітчизняній економіці. Актуальність здійснення інновацій обумовлена кардинальними змінами у середовищі функціонування підприємства. Ці зміни мають загальний характер [2—5] і проявляються в:

- інваріативності поведінки споживачів;
- інтенсивному розвитку ринків товарів і послуг та посиленні конкуренції;
- загальносвітовому розвитку нових різнохарактерних технологій;
- глобалізації попиту і пропозиції.