

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут економіки, управління та освіти дорослих

Кафедра обліку і оподаткування

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ

курс лекцій

для здобувачів початкового (короткий цикл) рівня вищої освіти
ОПП «Облік і оподаткування» спеціальності 071 «Облік і
оподаткування» денної форми здобуття вищої освіти

**Миколаїв
2022**

УДК 65.011.47:338
Е45

Друкується за рішенням науково-методичної комісії обліково-фінансового факультету від 19.05.2022 р., протокол №10.

Укладачі:

- О. М. Вишневська – д-р екон. наук, професор, декан обліково-фінансового факультету, Миколаївський національний аграрний університет
- Л. А. Козаченко – канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і оподаткування, Миколаївський національний аграрний університет
- А. Г. Костирко – канд. екон. наук, старший викладач кафедри обліку і оподаткування, Миколаївський національний аграрний університет

Рецензенти:

- О. В. Гуріна – д-р екон. наук, доцент, декан механіко-математичного факультету, Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського
- О. А. Христенко – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємств, Миколаївський національний аграрний університет

Економічний аналіз : курс лекцій для здобувачів початкового Е45 (короткий цикл) рівня вищої освіти ОПП «Облік і оподаткування» спеціальності 071 «Облік і оподаткування» денної форми здобуття вищої освіти / уклад. О. М. Вишневська, Л. А. Козаченко, А. Г. Костирко. Миколаїв : МНАУ, 2022. 85 с.

У курсі лекцій викладено теоретичні і методичні основи з дисципліни «Економічний аналіз» відповідно до Освітньо-професійної програми молодшого бакалавра «Облік і оподаткування» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 071 «Облік і оподаткування».

Метою даного курсу є опанування здобувачами вищої освіти системи теоретичних знань та практичних навичок щодо володіння науковими основами економічного аналізу.

УДК 65.011.47:338

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ	5
Тема 1. Сутність економічного аналізу і його роль в системі управління підприємством	5
Тема 2. Метод і методика економічного аналізу.....	10
Тема 3. Організація аналітичної роботи та інформаційне забезпечення економічного аналізу	23
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	28
Тема 4. Аналіз середовища підприємства	28
Тема 5. Аналіз ресурсозабезпечення підприємства та оцінка ефективності його використання	32
Тема 6. Аналіз виробництва і реалізації продукції (товарів, робіт та послуг)	43
Тема 7. Аналіз витрат на виробництво і реалізацію продукції (товарів, робіт та послуг)	53
Тема 8. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства	60
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	66
Тема 9. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства	66
Тема 10. Аналіз фінансового стану та оцінка ймовірності банкрутства підприємства	70
ПІСЛЯМОВА	80
ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ	81

ПЕРЕДМОВА

Досконало проведений економічний аналіз сприяє отриманню належної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень про динамічні зміни, структуру, фінансові наслідки та майбутні перспективи суб'єкта господарювання. Саме результати економічного аналізу дають можливість діагностувати і контролювати тенденції поліпшення кількісних і якісних параметрів виробничогосподарської діяльності підприємств. Аналітичні розрахунки допомагають активно впливати на економічні процеси суб'єкта господарювання, мобілізуючи потенційні резерви збільшення прибутковості та віддачі від інвестованого капіталу, а також є базою для прийняття економічно обґрунтованих інвестиційно-інноваційних та управлінських рішень.

Курс лекцій розрахований на здобувачів вищої освіти початкового (короткий цикл) рівня вищої освіти спеціальності 071 «Облік і оподаткування» та розроблений відповідно до Освітньо-професійної програми «Облік і оподаткування».

При підготовці курсу лекцій було використано теоретичні і практичні надбання вітчизняних учених (Андрєєва Г.І., Ковальчук Т.М., Козак І.І., Косова Т.Д., Кіндрацька Г.І., Купалова Г.І., Непочатенко О.О., Микитюк В.М., Мних Є.В., Петряєва З.Ф., Сіменко І.В., Хмеленко Г.Г. та ін.).

Метою курсу «Економічний аналіз» є формування системи теоретичних знань та практичних навичок щодо володіння науковими основами економічного аналізу. Ця освітня компонента висвітлює фундаментальні питання теорії економічного аналізу, його сутності, функції, принципи і сфери застосування економічного аналізу у сучасному суспільстві, опанування яких дозволяє сформувати визначену систему компетентностей та досягти програмних результатів навчання з дисципліни.

Результатом навчання здобувачів вищої освіти мають стати базові знання економічних категорій і законів для розуміння причинно-наслідкових та функціональних зв'язків, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем, навички аналізу основних фінансово-економічних показників діяльності підприємства з метою виявлення внутрішніх резервів раціонального використання ресурсів.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

Тема 1. Сутність економічного аналізу і його роль в системі управління підприємством

Програмна анотація

1. Економічний аналіз як важлива функція управління.
2. Предмет, завдання та об'єкти економічного аналізу.
3. Аналітичний процес і його складові.

Англо-український словник ключових термінів

Subject of analysis – предмет аналізу

Economic analysis – економічний аналіз

Enterprise – підприємство

Resource – ресурс

Reserves – резерви

Economic efficiency – економічна ефективність

Теоретичний матеріал

1.1. Економічний аналіз як важлива функція управління

Передумовою застосування аналізу для пізнання об'єктивної дійсності є складність об'єктів навколишнього світу та потенційна можливість їх розкладання на складові.

Людина спочатку сприймає складний об'єкт як щось єдине, ціле, формуючи загальне уявлення про нього. Для отримання більш глибоких уявлень і знань здійснюється його розкладання на частини. Це дає можливість «зазирнути» всередину складного об'єкта, відокремити істотне від неістотного, звести складне до більш простого, зосередити увагу на окремих його деталях (сторонах), і таким чином зрозуміти внутрішню сутність об'єкта, визначити роль кожної частини у його формуванні.

Аналіз – метод дослідження, який вивчає предмет, уявно чи реально розкладаючи його на складові елементи, його ознаки,

властивості, відношення, відтак розглядає кожен з виділених елементів окремо в межах єдиного цілого.

Економічний аналіз – взаємопов'язані й взаємозумовлені методи вивчення і наукового дослідження певних явищ, процесів, дій, результатів в економіці. Він застосовується з метою виявлення закономірностей і тенденцій розвитку економічних процесів, встановлення та оцінки основних факторів, що позитивно чи негативно впливають на показники ефективності. За допомогою економічного аналізу виявляють невикористані резерви покращення показників діяльності окремих галузей, об'єднань, підприємств. Результати економічного аналізу використовують для прогнозування і перспективного планування економічних процесів, а також для розробки програм і рекомендацій подальшого ефективного розвитку, прибуткової діяльності.

Метою економічного аналізу є інформаційно-аналітичне забезпечення розроблення та прийняття оптимальних управлінських рішень щодо досягнення цілей діяльності, зокрема подальшого розвитку та зростання ефективності господарської діяльності, усунення небажаних умов і факторів, подолання несприятливих явищ, процесів та наслідків.

За умов мінливого і часто невизначеного зовнішнього середовища зростає роль економічного аналізу як спеціального виду економічних досліджень, спрямованих на виявлення причинно-наслідкових зв'язків в економічних процесах з метою обґрунтування оптимальних управлінських рішень, пов'язаних з режимом стійкого функціонування підприємства. Його практичне значення визначається тим, що суб'єкти господарської діяльності мусять вписатися в ринкову систему, де важливу роль відіграють ціни, витрати, попит і пропозиція, конкуренція та ін. Тому вони повинні по-новому підходити до управління своєю діяльністю, адже дані економічного аналізу є визначальною інформацією для управління підприємством і прийняття оптимальних управлінських рішень.

Система управління виконує певний набір **функцій**. Єдиної класифікації функцій управління немає, однак найбільш розповсюдженими вважають: **планування, облік, контроль, аналіз і регулювання**. При цьому, економічний аналіз тісно пов'язаний зі всіма функціями управління і забезпечує їх виконання, а тому є всезагальною функцією управління.

1.2. Предмет, завдання та об'єкти економічного аналізу

Предмет економічного аналізу конкретизується в його об'єктах. Кожен об'єкт економічного аналізу має свої особливості і відображається системою показників, які мають числове значення і характеризують обсяг, рівень, економічну ефективність та зміну об'єкта аналізу.

Залежно від рівня управління, об'єктами економічного аналізу можуть бути :

- економіка держави;
- економіка галузі;
- економіка регіону;
- економічні аспекти реалізації державних цільових програм;
- фінансово-господарська діяльність суб'єктів господарювання, а також фінансово-економічні аспекти їх окремих структур, сторін, напрямків чи проявів.

Фінансово-господарська діяльність господарюючих суб'єктів, як об'єкт аналізу, деталізується за такими основними напрямками:

- ресурси (матеріальні, нематеріальні, трудові, фінансові, земельні);
- господарські процеси (постачання, виробництво, переробка, збут);
- різні види діяльності (операційна, фінансова, інвестиційна);
- економічні результати (прибуток, собівартість, тощо);
- організаційно-технічний рівень розвитку виробництва;
- структурний підрозділ, робоче місце, виріб;
- соціальна інфраструктура, соціальний захист;
- екологічне середовище.

Значенням економічного аналізу визначаються завдання, які стоять перед ним. До найбільш загальних належать:

- 1) оцінка ефективності функціонування об'єкта через систему економічних показників;
- 2) вивчення причинно-наслідкових зв'язків об'єкта і побудова його факторної моделі;
- 3) дослідження характеру причинно-наслідкових зв'язків і вибір методів їх кількісного виміру;
- 4) виявлення чинників, які позитивно чи негативно впливають на результати діяльності об'єкта;

- 5) пошук варіантів рішень, які б сприяли покращенню діяльності об'єкта аналізу;
- 6) порівняння варіантів рішень;
- 7) підготовка одного або кількох варіантів рішень для керівництва.

1.3. Аналітичний процес і його складові

Технологія економічного аналізу має чотири рівні концепції складності.

I рівень – етапи (оцінки, діагностичний і пошуковий).

Під час оцінки визначають відмінності досягнутого стану і рівня розвитку об'єкта (показника, процесу, системи тощо) від бажаного рівня шляхом порівняння за встановленими критеріями.

Діагностичний етап включає детальне вивчення ознак невідповідності фактичного і бажаного стану об'єкта, встановлення причин невідповідності.

Призначення пошукового етапу полягає в обґрунтуванні рекомендацій, які б дозволили перевести об'єкт в бажаний стан. Прийняття своєчасного і якісного управлінського рішення передбачає генерування варіантів управлінських рішень, формулювання критерія ефективності управлінського рішення і вибір найбільш прийняттого з них.

II рівень – процедури, які полягають в підготовці, розрахунку і інтерпретації аналітичних величин (абсолютних, відносних, середніх величин і ін.), що характеризують зміну об'єкта аналізу. До аналітичних процедур можна віднести програмну, інформаційну, розрахункову і узагальнюючу.

Програмна процедура полягає в створенні методики і організації виконання етапів аналітичного дослідження.

Інформаційна процедура виконується на будь-якому з етапів і охоплює логічні операції зі збору і підготовки вхідної інформації.

Розрахункова процедура складається із технічних операцій пов'язаних з розрахунком аналітичних показників згідно встановленого алгоритму.

Узагальнююча процедура на кожному із етапів полягає в логічному порівнянні отриманих аналітичних показників з критерієм і якісною інтерпретацією результатів аналізу.

III рівень – операції. Аналітична операція включає в себе дію або ряд дій, спрямованих на перетворення, рух і усвідомлення інформації. Вона здійснюється з використання певних методів або прийомів. Аналітична операція виконується на одному робочому місці людиною або машиною. В залежності від кваліфікації виконавця і можливостей автоматизації операції поділяють на три типи: технічні (проведення розрахунків), логічні (пошук інформації) і творчі, або інтелектуальні (вибір бази порівняння, деталізації тощо). Технічні операції априорі відносяться до тих, які можуть бути автоматизовані. Логічні і деяка частина творчих операцій можуть бути автоматизовані лише при дотриманні деяких умов.

IV рівень – дії, які передбачають безпосереднє застосування методів економічного аналізу.

Тема 2. Метод і методика економічного аналізу

Програмна анотація

1. Метод і методика економічного аналізу. Класифікація методів економічного аналізу.
2. Традиційні методи економічного аналізу.
3. Математико-статистичні методи економічного аналізу.
4. Логічні (евристичні) методи економічного аналізу.

Англо-український словник ключових термінів

Method – метод

Observation – спостереження

Method of economic analysis – економічного аналізу

Analysis methodology – методологія аналізу

Factors of influence – фактори впливу

Extraneous factors – зовнішні фактори

Internal factors – внутрішні фактори

Traditional methods – традиційні методи

Tabular method – табличний метод

Теоретичний матеріал

2.1. Метод і методика економічного аналізу. Класифікація методів економічного аналізу

Для вивчення предмета економічного аналізу розробляються і використовуються різні наукові методи.

Слово метод походить від грец. *methodos* – спосіб. Тому в загальному вигляді під терміном метод розуміють спосіб пізнання, дослідження явищ природи і суспільного життя.

В економічному аналізі метод – це сукупність способів, прийомів, операцій практичного і теоретичного характеру з вивчення економічних процесів, підпорядкованих досягненню основної мети – підвищенню ефективності господарювання економічних суб'єктів.

Отже, метод – це спосіб, інструмент досягнення мети і завдань дослідження, який показує, яким чином можна провести дослідження і зробити на основі отриманих результатів обґрунтовані висновки й пропозиції.

Методика економічного аналізу – це сукупність методів, способів, прийомів і правил економічного дослідження, включаючи техніку і операції з досліджуваними матеріалами.

Розрізняють загальну і часткові методики економічного аналізу. Загальна методика – це методика, яка має універсальний характер і прийнятна для аналізу будь-яких об'єктів різних видів економічної діяльності.

Часткові методики призначені для проведення аналітичних досліджень певних видів або груп об'єктів (тип виробництва, вид ресурсу, витрат тощо) конкретних сфер економіки.

Методика проведення економічного аналізу повинна містити чіткі рекомендації, які охоплюють такі позиції:

- мета і завдання аналізу;
- об'єкти вивчення;
- користувачі аналітичної інформації;
- система показників для дослідження стану і вивчення взаємозв'язків;
- етапи і періодичність проведення аналізу;
- інформаційні джерела;
- методи, способи, прийоми і технічні засоби аналізу та обробки інформації;
- інтерпретація результатів аналізу.

Залежно від поставленої мети дослідження, змісту та аналітичних можливостей в економічному аналізі використовуються найрізноманітніші методи і прийоми дослідження. Вони підлягають групуванню та класифікації. При цьому є різні підходи до класифікації.

Слід зазначити, що всі види класифікацій неоднозначні, поділ на групи у них досить умовний, бо не можна виділити одну уніфіковану групувальну ознаку, а тому він дещо спірний. Найбільш прийнятною і зручною в користуванні є класифікація, за якою всі методи економічного аналізу поділяються **на 3 групи** залежно від їх сутності та аналітичних можливостей, насамперед щодо здійснення факторного аналізу:

1) традиційні методи і способи зведення та обробки економічної інформації (відносних, середніх величин, групування, табличний, графічний, балансовий, деталізації порівняння та ін.). Ці методи найбільше використовуються в економічному аналізі завдяки їх простоті і кращій обізнаності порівняно з іншими методами;

2) математико-статистичні методи – детермінованого факторного аналізу (індексний метод, метод різниць, інтегральний, методи пропорційного ділення, логарифмування та ін.), стохастичного факторного аналізу (кореляційний, регресійний, дисперсійний, компонентний, багатомірний факторний аналіз та ін.), оптимізації показників, або методи теорії прийняття рішень (дерево рішень, програмування, теорія масового обслуговування, теорія ігор, дослідження операцій тощо);

3) логічні (евристичні) методи (опитування, експертних оцінок, прогнозування та ін.).

2.2. Традиційні методи економічного аналізу

1. Абсолютні, відносні і середні величини.

Абсолютні величини – це іменовані числа з певною розмірністю й одиницями виміру, які відображають розміри (рівні, обсяги) соціально-економічних явищ та процесів, наприклад обсяг промислової і сільськогосподарської продукції, розмір потреби в сировині і матеріалах, робочій силі тощо.

Відносні величини – характеризують кількісні співвідношення різнойменних чи однойменних показників. Тільки відносні величини дають точне і наочне уявлення про розвиток явища.

Середні величини – для узагальнюючої характеристики масових однорідних явищ (середня врожайність, продуктивність, собівартість – це числові узагальнені показники, що характеризують різні індивідуальні величини.

2. Порівняння.

Порівняння – це зіставлення аналітичних показників відповідно до мети аналізу.

Порівняння може проводитися за абсолютними, відносними і середніми величинами. Одна з суттєвих проблем економічного аналізу це порівнюваність об'єктів порівняння. Для дослідження порівнянності застосовують ряд допоміжних прийомів:

- нейтралізацію цінового чинника (перерахунок за співставленими цінами);
- нейтралізація кількісних відмінностей (різні обсяги виробництва);
- уникнення відмінності у структурі (розрахунок індексів фіксованого складу);
- використання однакових періодів часу;

- розрахунок порівнюваних показників за єдиною методикою;
- усунення інших відмінностей в умовах роботи кількох підприємств.

За базу порівняння можуть бути обрано:

- аналогічні показники минулих періодів;
- прогнозні показники;
- планові показники;
- аналогічні показники передових господарств;
- середні показники по галузі, регіону, країни.

3. Деталізація здійснюється за такими напрямками:

- у просторі (або за підрозділами). Це розподіл підсумкових показників по господарству в цілому, в розрізі його виробничих підрозділів;

- у часі. Це деталізація показників за часом їх виникнення. Підсумкові дані за рік розглядають по кварталах і місяцях. Місячні дані – по декадах і днях тощо;

- за складовими частинами. Це розкладання узагальнюючих показників на складові елементи, коли визначають структуру показника;

- за утворюючими факторами. Це розкладання результативного показника на фактори.

4. Табличний метод.

Таблиця – це необхідна складова аналізу, бо розрахунки здебільшого про-водяться в таблицях. Таблиці використовуються для накопичення, опрацювання і зберігання інформації. Таблиця – це форма наочного і систематизованого зображення числових результатів і якісних ознак.

За метою групування існують таблиці облікові, аналітичні, типологічні, описово-інформаційні, спеціального призначення. Аналітичні таблиці відрізняються побудовою, коли в одній таблиці поєднана вхідна, розрахункова і вихідна інформація. Також у цих таблицях поєднано багато технічних і логічних процедур розрахункового характеру.

5. Графічний метод.

Основна відміна риса цього методу – наочність, що спрощує процес доведення результатів аналізу до широкого кола працівників.

Графіки – це масштабне зображення певних показників за допомогою геометричних знаків (ліній, прямокутників) або умовно-

художніх фігур. Дають узагальнюючу характеристику досліджуваного явища.

На них виразніше виявляються тенденції і взаємозалежності досліджуваних показників. Існують 2 групи графіків:

I. Ілюстративні – використовуються для вирівнювання результатів економічного аналізу і для ілюстрації найважливіших результатів аналізу в процесі прийняття рішень для унаочнення доповідей і повідомлень на нарадах, засіданнях, зборах.

II. Розрахункові або аналітичні графіки – здебільшого виконують по-двійну функцію: і для полегшення аналітичних розрахунків, і як ілюстративні графіки (графік розрахунку точки беззбитковості) критичного обсягу.

6. Ряди динаміки

Усі природні і суспільні явища перебувають в постійному русі та розвитку. Дослідження процесу розвитку явища – важливе завдання аналізу. Динаміка – процес розвитку явищ у часі.

Ряди динаміки – це послідовність чисел, які характеризують зміну того, або іншого явища у часі. Ряди динаміки використовують для визначення тенденцій закономірності розвитку.

Складовими динамічного ряду є: ознака часу (t) момент чи інтервал та числові значення показника – рівні (y_t), рівні динамічних рядів змінюються, варіюють. Узагальнюючою їх характеристикою є середній рівень, який у інтервальному ряді розраховується за формулою середньої арифметичної простої, а в моментному – за формулою середньої хронологічної.

Вивчаючи розвиток явищ визначають абсолютні та відносні характеристики динаміки. Якщо база порівняння постійна – характеристики динаміки називають базисними, а змінна – ланцюговими.

7. Групування.

Це спосіб зведення аналітичних показників в однорідні групи з метою подальшої обробки.

2.3. Математико-статистичні методи.

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

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

У випадку прямого **детермінованого факторного аналізу** вихідні дані для аналізу подають у формі конкретних значень і отримують точні й однозначні результати.

За прямого **стохастичного факторного аналізу** вихідні дані подають вибіркою, а результати отримують з певною ймовірністю. Розв'язок задач стохастичного факторного аналізу вимагає вибору достатньо корельованих факторів і виду регресії, яка б найкраще відображала зв'язок досліджуваного параметра з набором факторів, та визначення методу вимірювання зв'язку.

Методи детермінованого факторного аналізу

У випадку прямого **детермінованого факторного аналізу** вихідні дані для аналізу подають у формі конкретних значень і отримують точні й однозначні результати.

1. Метод абсолютних різниць.

Використовується у мультиплікативних моделях (2-х, 3-х, 4-х і т.д. моделях).

Алгоритм розрахунку:

1) розраховується абсолютне відхилення результативного показника

$$\Delta Y = Y_3 - Y_B$$

2) визначається вплив кожного фактора на зміну результативного показника

$$\Delta Y_A = (A_3 - A_B) \cdot B_B$$

$$\Delta Y_B = (B_3 - B_B) \cdot A_3$$

3) виконується перевірка

$$\Delta Y = \Delta Y_A + \Delta Y_B$$

4) формується висновок.

2. Метод відносних різниць.

Використовується у мультиплікативних моделях (2-х, 3-х, 4-х і т.д. моделях).

Алгоритм розрахунку:

1) розраховується абсолютне відхилення результативного показника

$$\Delta Y = Y_3 - Y_B$$

2) визначаються відносні відхилення

$$\Delta Y_{A\%} = (A_3 - A_B) / A_B * 100\%$$

$$\Delta Y_{B\%} = (B_3 - B_B) / B_B * 100\%$$

- 3) визначається вплив кожного фактора на зміну результативного показника

$$\Delta Y_A = (Y_B \cdot \Delta Y_{A\%}) / 100\%$$

$$\Delta Y_B = (Y_B + \Delta Y_A) \cdot \Delta Y_{B\%} / 100\%$$

- 4) виконується перевірка

$$\Delta Y = \Delta Y_A + \Delta Y_B$$

- 5) формується висновок.

3. Метод ланцюгових підстановок.

Метод ланцюгових підстановок є універсальним методом, який використовується для розрахунку впливу факторів на результативний показник для всіх моделей. Для визначення впливу факторів розраховуються умовні показники шляхом послідовної заміни кожного показника базисного року звітним. За одну підстановку замінюють лише один показник.

Алгоритм розрахунку:

- 1) розраховується абсолютне відхилення результативного показника

$$\Delta Y = Y_3 - Y_B$$

- 2) розраховуються умовні показники

$$Y_{1\text{умовн.}} = A_3 \cdot B_B \cdot C_B$$

$$Y_{2\text{умовн.}} = A_3 \cdot B_3 \cdot C_B$$

- 3) визначається вплив кожного фактора на зміну результативного показника

$$\Delta Y_A = Y_{1\text{умовн.}} - Y_B$$

$$\Delta Y_B = Y_{2\text{умовн.}} - Y_{1\text{умовн.}}$$

$$\Delta Y_C = Y_3 - Y_{2\text{умовн.}}$$

- 4) виконується перевірка

$$\Delta Y = \Delta Y_A + \Delta Y_B + \Delta Y_C$$

- 5) формується висновок.

4. Метод прямих і обернених зв'язків.

Використовується у кратних моделях. Результативний показник визначається діленням одного фактора на інший. При цьому перший фактор впливає прямо на результативний показник, а другий обернено.

Алгоритм розрахунку:

- 1) розраховується абсолютне відхилення результативного показника

$$\Delta Y = Y_3 - Y_B$$

2) розраховується умовний показник

$$Y_{\text{умовн.}} = A_3 / B_B$$

3) визначається вплив кожного фактора на зміну результативного показника

$$\Delta Y_A = Y_{\text{умовн.}} - Y_B$$

$$\Delta Y_B = Y_3 - Y_{\text{умовн.}}$$

4) виконується перевірка

$$\Delta Y = \Delta Y_A + \Delta Y_B$$

5) формується висновок.

5. Індексний метод.

Використовується у всіх типах моделей. Економічна сутність індексного методу полягає у побудові агрегатних індексів.

Алгоритм розрахунку:

1) будуються агрегатні індекси

$$\frac{Y_3}{Y_B} = \frac{A_3 \cdot B_B \cdot C_B}{A_B \cdot B_B \cdot C_B} * \frac{A_3 \cdot B_3 \cdot C_B}{A_3 \cdot B_B \cdot C_B} * \frac{A_3 \cdot B_3 \cdot C_3}{A_3 \cdot B_3 \cdot C_B} = I_A * I_B * I_C = I_Y$$

2) розраховується **відхилення** результативного показника

$$\text{абсолютне відхилення } \Delta Y = Y_3 - Y_B$$

$$\text{відносне відхилення } \Delta Y_{\%} = I_Y \cdot 100 - 100 (\%)$$

3) визначається вплив кожного фактора на зміну результативного показника

Абсолютне значення впливу фактора на зміну результативного показника визначається як різниця між чисельником і знаменником відповідного індексу.

Відносне значення впливу фактора на зміну результативного показника визначається множенням відповідного індексу на 100 і мінус 100.

$$\text{абсолютне значення } \Delta Y_A = (A_3 \cdot B_B \cdot C_B) - (A_B \cdot B_B \cdot C_B)$$

$$\text{відносне значення } \Delta Y_A = I_A \cdot 100 - 100$$

$$\text{абсолютне значення } \Delta Y_B = (A_3 \cdot B_3 \cdot C_B) - (A_3 \cdot B_B \cdot C_B)$$

$$\text{відносне значення } \Delta Y_B = I_B \cdot 100 - 100$$

$$\text{абсолютне значення } \Delta Y_C = (A_3 \cdot B_3 \cdot C_3) - (A_3 \cdot B_3 \cdot C_B)$$

$$\text{відносне значення } \Delta Y_C = I_C \cdot 100 - 100$$

4) формується висновок.

Методи стохастичного факторного аналізу

За прямого стохастичного факторного аналізу вихідні дані подають вибіркою, а результати отримують з певною ймовірністю. Розв'язок задач стохастичного факторного аналізу вимагає вибору достатньо корельованих факторів і виду регресії, яка б найкраще відображала зв'язок досліджуваного параметра з набором факторів, та визначення методу вимірювання зв'язку.

До методів стохастичного факторного аналізу належать: дисперсійний, регресійний, кореляційний, компонентний, багатовимірний та інші види аналізу.

1. Дисперсійний аналіз

Дисперсійний аналіз – це статистичний метод, призначений для встановлення структури зв'язку між результативною та факторними ознаками. Він дає змогу визначити вплив одного або декількох факторів на результативний показник.

Дисперсійний аналіз може застосовуватися за обмеженої кількості одиниць спостереження. До того ж він особливо ефективний в умовах, коли результативна ознака суттєво змінюється під одночасною дією кількох факторів з неоднаковою силою впливу.

Дисперсійний метод аналізу відіграє велику роль в економічних дослідженнях завдяки тому, що він має самостійне значення. Завдяки цьому методу вирішуються такі завдання:

- кількісне вимірювання сили впливу факторних ознак та їх сполучень на результативну;
- оцінка вірогідності впливу та його довірчих меж;
- аналіз окремих середніх і статистична оцінка їх різниці.

Крім того, у поглибленому аналізі дисперсійний метод може виконувати допоміжні функції, які дають змогу обгрунтовано використовувати інші методи аналізу.

2. Кореляційний аналіз

Кореляційний аналіз (кореляційний метод) – метод дослідження взаємозалежності ознак у генеральній сукупності, які є випадковими величинами з нормальним характером розподілу.

Основними вимогами до застосування кореляційного аналізу є достатня кількість спостережень, сукупності факторних і результативних показників, а також їх кількісний вимір і відображення в інформаційних джерелах.

Застосування кореляційного аналізу тісно пов'язане з регресійним аналізом, тому його часто називають кореляційно-регресійним. Головними завданнями кореляційного аналізу є:

- визначення форми зв'язку;
- вимірювання щільності (сили) зв'язку;
- виявлення впливу факторів на результативну ознаку.

Здійснення кореляційного аналізу передбачає такі послідовні етапи:

- 1) встановлення причинно-наслідкових зв'язків між досліджуваними ознаками (виявлення факторів та вибір серед них тих, які найбільше впливають на результативний показник);
- 2) формування кореляційно-регресійної моделі (інформаційне забезпечення аналізу, вибір типу і форми зв'язку, складання моделі);
- 3) визначення кореляційних характеристик (показників зв'язку);
- 4) статистична оцінка параметрів зв'язку (економічна інтерпретація, оцінка значимості коефіцієнтів кореляції (наскільки відібрані фактори пояснюють варіацію результативного показника) та використання їх для вирішення практичних завдань, наприклад прийняття рішень, прогнозування, планування, нормування тощо.

2.4. Логічні (евристичні) методи.

Під час проведення економічного аналізу слід враховувати те, що математичні методи є важливою, але не вичерпною основою прийняття рішення. Крім них слід враховувати інші фактори: мораль, традиції, звички, досвід, експертні оцінки тощо, які не піддаються формалізації та кількісній оцінці. Тому поряд з найбільш поширеними загальними, універсальними методами і прийомами аналізу доцільно застосовувати евристичні (логічні) методи аналізу, які ґрунтуються не на точних математичних розрахунках, а на досвіді та інтуїції дослідників.

Евристичні методи – це спеціальні методи аналізу, що базуються на використанні досвіду, інтуїції фахівця та його творчого мислення. Евристичні методи поділяються на експертні та психологічні.

Експертні методи є комплексом логічних та математичних прийомів і процедур дослідження, в результаті яких від фахівців-експертів одержують інформацію, необхідну для прийняття зважених раціональних управлінських рішень.

Психологічні методи – сукупність правил і процедур, які забезпечують розв’язання проблем та вирішення творчих завдань.

1. Метод мозкового штурму

Метод мозкового штурму є найпоширенішим методом генерації нових ідей в результаті творчої співпраці групи фахівців.

Існують певні правила організації та проведення мозкового штурму:

1) визначення керівником групи мети у вигляді проблеми чи завдання, яке потребує вирішення (підвищити рентабельність виробництва певного виробу або перетворити виробництво виробу зі збиткового на прибуткове). Завдання керівника полягає в активізації творчого мислення учасників групи з метою продукування якомога більшої кількості ідей, пропозицій щодо поставленого завдання;

2) суворе дотримання розподілу часу в цілому і за стадіями: I стадія – висунення нових ідей, II стадія – обговорення та оцінка цих ідей. У такий спосіб розмежовується у часі висунення та обговорення ідей. Засідання не може тривати більше ніж півтори години. У разі необхідності можна провести кілька засідань з одного питання;

3) дотримання встановленого порядку організації творчого процесу. Так, на I стадії тільки висуваються ідеї, навіть, на перший погляд, недоречні, нездійснені, фантастичні. Перевага надається їх кількості, а не якості. При цьому забороняється критикувати ідеї, щоб не порушити творчий процес. На II стадії відбувається активне обговорення висунутих пропозицій із зазначенням їх переваг і недоліків. Корисним є комбінування декількох ідей. Завершенням цього обговорення є вибір найкращого із запропонованих варіантів.

Досвід свідчить, що завдяки відокремленню за часовими проміжками генерування та обговорення ідей, кількість нових ідей удвічі більша, ніж при застосуванні інших традиційних методів.

Метод мозкового штурму найкраще застосовувати для вирішення нескладних, здебільшого загального, чи організаційного плану завдань, про які є достатньо інформації, і з якою обізнані учасники засідання.

2. Методи експертних оцінок

Методи експертних оцінок – це спосіб прогнозування та оцінки майбутніх результатів дій на основі прогнозів фахівців.

При застосуванні методу експертних оцінок проводиться опитування спеціальної групи експертів з метою визначення певних змінних величин, необхідних для оцінки досліджуваного питання.

Метод експертних оцінок – це фактично метод прогнозування, основоположним критерієм якого є досягнення згоди серед усіх членів експертної групи. Організаційно це виглядає так. Експерти, обізнані у взаємопов'язаних сферах діяльності, детально відповідають на питання анкети, пов'язаної з досліджуваною проблемою. Кожен з них фіксує свою думку про проблему, а потім повідомляє про відповідь своїм колегам. У випадку розбіжності його прогнозу з думкою інших, експерт зобов'язаний пояснити причину такої невідповідності. Далі процедура повторюється до тих пір, поки думки експертів не збіжаться. При цьому потрібно дотримуватися анонімності, що допомагає уникнути можливості групових роздумів над проблемною ситуацією.

Всі експертні методи поділяються на дві групи – індивідуальні і колективні – та підгрупи.

Індивідуальні експертні методи – це використання думок експертів, які сформульовані особисто кожним із них самотійно без врахування думок інших експертів. До індивідуальних експертних методів належать: інтерв'ю та анкетування.

Колективні експертні методи – це методи, які забезпечують формування єдиної спільної думки в результаті взаємодії залучених фахівців-експертів.

Серед колективних методів експертної оцінки виділяють: метод комісії (у тому числі проведення виробничих нарад, конференцій, семінарів, дискусій за “круглим столом”), методи Дельфі, відстороненого оцінювання, конференція ідей та ін.

3. Методи асоціацій та аналогій

Методи асоціацій та аналогій полягають в активізації та використанні асоціативного мислення людини для генерування нових ідей і пропозицій шляхом зіставлення досліджуваного явища, процесу, об'єкта з іншими більш-менш подібними.

У практичній діяльності частіше застосовується прийом особистої аналогії, який передбачає ототожнення себе з аналізованим об'єктом, що допомагає аналітику глибше зрозуміти поставлене перед ним завдання.

До методів асоціацій та аналогій належать метод фокальних об'єктів, синектика, метод низки випадковостей та асоціацій.

4. Метод контрольних запитань

Метод контрольних запитань призначений для активізації творчого процесу щодо вирішення поставленого завдання шляхом

надання відповідей на запитання згідно з попередньо складеним списком. Це сприяє всебічному розгляду проблеми та пошуку нових нетрадиційних підходів до її вирішення. Універсальність цього методу полягає в тому, що аналітик може ставити запитання собі і шукати на них відповіді, а також у процесі колективних обговорень, зокрема при мозковому штурмі, конференції ідей тощо.

5. Метод морфологічного аналізу

Метод морфологічного аналізу має кілька різновидів і призначений для генерації нових неупереджених ідей щодо можливості і шляхів вирішення проблеми. Використовуючи цей метод, поставлене аналітичне завдання описують та аналізують як сукупність усіх можливих морфологічних (тобто структурних) зв'язків і відношень між складовими елементами.

Тема 3. Організація аналітичної роботи та інформаційне забезпечення економічного аналізу

Програмна анотація

1. Мета, завдання і функції аналітичної служби підприємства.
2. Планування аналітичної роботи.
3. Інформаційне забезпечення економічного аналізу.

Англо-український словник ключових термінів

Information base – інформаційна база

Centralized processing – централізована обробка

Internal sources of information – внутрішні джерела інформації

Теоретичний матеріал

3.1. Мета, завдання і функції аналітичної служби підприємства

У сучасних умовах аналітична (планово-аналітична) служба – найбільш гнучкий і динамічний підрозділ підприємства, функції і структура якої залежать від специфіки самого підприємства, характеру бізнесу, кадрового потенціалу тощо. Тут немає стандартних рішень і методик. При створенні аналітичної служби можна орієнтуватися на досвід зарубіжних і вітчизняних підприємств (компаній).

Аналітична служба – це один із центральних підрозділів, який відповідає за підготовку та обґрунтування основних стратегічних рішень та відслідковує загальну картину бізнесу господарського суб'єкта (підприємства, фірми, організації).

Основною **метою** аналітичної служби є розробка концепцій, планів, програм розвитку підприємства на основі аналізу та оцінки результатів його минулої і поточної діяльності.

На аналітичний підрозділ підприємства покладаються такі **завдання**:

- сприяння керівництву підприємства в об'єктивній оцінці економічної ситуації;
- аналіз функціонування підприємства;

- техніко-економічні дослідження з метою виявлення невикористаних резервів і підготовка можливих варіантів дій щодо підвищення ефективності господарювання;

- розробка та обґрунтування оперативних і стратегічних рішень щодо покращання фінансового стану і результативності господарської діяльності;

- організація системи управління та основних бізнес-процесів підприємства.

Об'єктом постійного аналізу є концепція бізнесу, виробнича, інвестиційна, збутова та соціальна програми підприємства.

Економічна служба виконує численні та різноманітні і досить складні й відповідальні функції. Вони не обмежуються одним аналізом, а все більше набувають управлінських рис. Так, до функцій аналітиків сучасних великих компаній входять вивчення і забезпечення таких напрямів і складових діяльності:

- організаційно-правова структура компанії;
- організація стратегічного та оперативного планування;
- формування системи управління та контролю;
- техніко-економічні дослідження;
- контрольно-методична;
- інформаційно-аналітичне забезпечення керівництва та інших підрозділів компанії.

3.2. Планування аналітичної роботи

Планування є однією з найважливіших умов ефективного аналітичного дослідження. Планування аналітичної роботи – це розробка та корегування плану, що включають передбачення, обґрунтування, конкретизацію та описання діяльності аналітичної служби на найближчу та віддалену перспективу.

План аналітичної роботи враховує працю людей і рух ресурсів (матеріальних, фінансових), має силу наказу для вказаних у ньому осіб і структурних одиниць. У плані максимально чітко і детально вказуються:

- мета аналітичної служби, її структурних підрозділів та окремих працівників щодо аналітичного дослідження на плановий період;

- засоби досягнення мети;

- методи і строки узгодження засобів і мети;

- етапи і строки проведення аналітичної роботи;
- виконавці плану за строками і видами робіт;
- методи, етапи і засоби контролю виконання плану.

Таким чином, планування аналітичної роботи – це спосіб досягнення мети на основі збалансування і послідовності виконання всіх аналітичних операцій. Крім того, у планах необхідно передбачати наявність та раціональне використання таких різноманітних ресурсів:

- трудові (люди, час);
- науково-методичні (наукові методики, рекомендації з проведення аналізу);
- інформаційні (статистичні, оперативні бухгалтерські, планові дані, матеріали вибіркового обстеження тощо);
- фінансові (кошти на оплату праці аналітиків, проведення досліджень, виробничих експериментів, монографічних, соціологічних обстежень, вибіркового спостереження тощо);
- матеріально-технічні (канцелярське приладдя, технічні засоби обробки інформації та ін.).

Технологія планування включає:

- визначення та обґрунтування основної мети аналітичного дослідження;
- встановлення конкретних показників і завдань, необхідних для виконання поставленої мети;
- деталізація завдань за видами та обсягами робіт, конкретними виконавцями і строками виконання;
- детальні розрахунки витрат та одержуваних результатів аналізу на весь період планування.

Здебільшого після обов'язкового визначення керівництвом підприємства та аналітичної служби загального завдання плану починається його структурна конкретизація за всіма підрозділами, залученими до його виконання. Отже, конкретизуються види робіт, строки виконання, потреба в ресурсах та ін. Таким чином, план стає з'єднувальною та спрямовуючою ланкою всієї аналітичної роботи підприємства.

Система планування аналітичної роботи приносить найбільшу віддачу і вигоду підприємству при виконанні таких правил:

- пунктуальна обґрунтованість кожного елемента і кожного етапу плану;
- точне виконання планових завдань всіма виконавцями;

– наявність суцільного безперервного обліку, контролю та корегування виконання плану.

Поточне та оперативне планування, організація роботи аналітичної служби є обов'язком керівника певного структурного підрозділу підприємства, який визначає засоби і методи досягнення мети на перспективу.

План економічного аналізу підприємства має складатися оперативно, щомісяця, поквартально, щорічно.

Залежно від ступеня охоплення об'єктів план аналітичної роботи буває комплексним або тематичним. Вони найчастіше складаються на підприємствах.

Комплексний план аналітичної роботи забезпечує різнобічне взаємопов'язане вивчення господарських явищ і процесів. Як правило, виконання цього виду плану розраховано не менше ніж на рік. Він складається керівником аналітичної служби підприємства у вигляді розгорнутого календарного плану із зазначенням мети, завдань аналізу, питань, часу їх виконання, об'єкта, суб'єкта, схеми аналітичного документа, встановленого строку виконання, інформаційних джерел, вихідних документів за результатами аналізу тощо.

Тематичний план – це план аналізу, що складається тільки за тими питаннями, які потребують детальнішого, глибшого дослідження. У плані вказуються об'єкти, суб'єкти, етапи, строки проведення аналізу, його виконавці тощо.

3.3. Інформаційне забезпечення економічного аналізу

Інформаційне забезпечення економічного аналізу – це сукупність засобів і методів побудови інформаційної бази економічного аналізу.

Важливим етапом організації економічного аналізу є підготовка інформаційних матеріалів для аналітичного дослідження. Точність даних – найважливіша вимога аналізу, яка забезпечується шляхом недопущення, попередження, а за необхідності, усунення, виправлення допущених помилок. Є два способи контролю за правильністю інформаційних матеріалів: перевірка на повноту і вірогідність. При цьому повнота даних перевіряється візуальним шляхом, а вірогідність – за допомогою логічного та арифметичного контролю.

Ефективність економічного аналізу залежить від якості інформаційного забезпечення. Тому до економічної інформації висувається низка вимог. Згідно з міжнародними стандартами фінансової звітності, Законом України “Про інформацію” до якості інформації висуваються такі вимоги: корисність, доречність, достовірність та надійність, зрозумілість, співставність і стабільність.

Корисність (англ. *usefulness*), є основною вимогою до якості інформації, що означає можливість використання її для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Для дотримання цієї вимоги необхідно, щоб інформація була доречною, достовірною (надійною), зрозумілою і зіставною.

Доступність і зрозумілість (англ. *simplicity, accessibility*) інформації означає, що вона має бути доступною для сприйняття різними групами користувачів, аналітиків, бути однозначною, чіткою і без зайвої деталізації.

Отже, дотримання цих вимог передбачає подання інформації у зрозумілій формі, щоб користувач зміг застосувати її для прийняття рішення, не боячись допустити помилку. Для цього необхідно, щоб форми подання, наприклад, звітності як основного джерела інформації чітко відображали сутність питань. Доступність інформації потребує безплатного її надання шляхом цілеспрямованого поширення її серед відомих фірм та користувачів.

Без дотримання викладених вище вимог виникає нестача високоякісної інформації, що унеможлиблює отримання повної картини про предмет, а також об'єктивної оцінки ситуації, яка аналізується. У свою чергу це перешкоджає прийняттю правильного рішення. Тим часом слід пам'ятати і про те, що надмірна кількість інформації спричиняє її більшу трудомісткість зведення, обробки, аналізу, узагальнення, а також може призвести до неточних висновків.

Інформаційні ресурси:

1. Нормативно-довідкова інформація.
2. Планова інформація.
3. Облікова інформація.
4. Звітно-статистична інформація.
5. Дані спеціальних обстежень.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 4. Аналіз середовища підприємства

Програмна анотація

1. Поняття середовища. Діагностика зовнішнього середовища підприємства.
2. Аналіз внутрішнього середовища підприємства.

Англо-український словник ключових термінів

Environment – середовище

External Environment – внутрішнє середовище

Internal Environment – зовнішнє середовище

Marketing – маркетинг

Competitors – конкуренти

Suppliers – постачальники

Buyers – покупці

Теоретичний матеріал

4.1. Поняття середовища. Діагностика зовнішнього середовища підприємства

Функціонування підприємства в умовах посиленої конкурентної боротьби та зовнішньої нестабільності передбачає врахування в процесі аналізу не тільки внутрішніх можливостей підприємства, але й обов'язковий вплив зовнішніх факторів.

Прийняття рішень – складова частина будь-якої управлінської функції. Необхідність ухвалення рішення пронизує усе, що робить керуючий, формуючи цілі і забезпечуючи їх досягнення. Рішення приймаються завжди в будь-якому середовищі. Якість будь-якого управлінського рішення залежить від безлічі факторів. Розуміння змісту зовнішнього середовища, його складових, а також впливу їх на управлінське рішення – один з важливих аспектів у розробці управлінського рішення.

Середовище, в якому діє підприємство, є складним і неоднорідним, тому в процесі аналізу здійснюється його розподіл на такі складові:

- 1) зовнішнє середовище:
 - віддалене (макрооточення);
 - безпосереднє (мезооточення).
- 2) внутрішнє середовище.

Макрооточення створює відповідний вплив на всі підприємства, хоча рівень цього впливу є різним та визначається географічним розміщенням, розміром, основними видами діяльності тощо.

В процесі аналізу оцінюються такі компоненти макрооточення:

- демографічний;
- економічний;
- природний;
- технологічний;
- політико-правовий;
- соціально-культурний.

Мезооточенням вважається частина загального середовища з елементами якого підприємство підтримує прямі контакти.

Методологію дослідження мезооточення запропонував відомий американський вчений Майкл Портер, який вважав, що особливості впливу безпосереднього оточення на підприємство визначається такими факторами:

- наявні конкуренти;
- потенційні конкуренти;
- виробники товарів-замовників;
- покупці;
- постачальники.

Взаємодія цих п'яти ринкових сил характеризує безпосереднє оточення. Таким чином, в процесі аналізу мезооточення дослідження проводиться в три етапи:

- 1) дослідження впливу конкурентів у своїй галузі, можливість використання товарів-замінників;
- 2) дослідження покупців з метою побудови їх профілю за такими ознаками:
 - географічне розміщення;
 - демографічні характеристики;
 - соціально-психологічні характеристики;
 - традиції, смаки.

3) Вивчення постачальників, від яких залежать результати діяльності підприємства.

Аналіз зовнішнього середовища за його складовими здійснюється з метою виявлення факторів, які позитивно впливають на дане підприємство (так званих можливостей) і виявлення впливу негативних факторів (загроз).

Зовнішнє середовище є, з одного боку, джерелом, яке живить підприємство ресурсами, необхідними для підтримки його внутрішнього потенціалу на належному рівні, а з другого – джерелом, яке поглинає результати діяльності підприємства, забезпечуючи тим самим можливість його виживання.

4.2. Аналіз внутрішнього середовища підприємства

Внутрішнє середовище підприємства – це частина загального середовища, що знаходиться в його межах.

Це середовище є універсальним і не залежить від організаційно-правової форми підприємства.

Внутрішнє середовище аналізують за такими компонентами:

- 1) маркетинг;
- 2) виробництво;
- 3) дослідження та розвиток;
- 4) фінанси;
- 5) персонал.

В межах кожної компоненти виділяють чинники, що відображають специфіку конкретного підприємства. Найчастіше, за визначеними компонентами, аналізується вплив таких чинників:

1. Маркетинг:

- частка ринку;
- якість продукції;
- стан системи збуту;
- сервісне обслуговування;
- якість реклами;
- наявність торгових марок;
- асортимент продукції.

2. Виробництво:

- виробничі потужності;
- рівень диверсифікації виробництва;
- доступність джерел сировини;

- переваги місцезнаходження підприємства.

3. Дослідження та розвиток:

- дослідницький потенціал;
- інтенсивність та ефективність досліджень;
- наявність дослідницького потенціалу.

4. Фінанси:

- активи підприємства;
- чистий прибуток;
- обсяг капіталовкладень;
- рентабельність капіталу;
- наявність оборотних коштів;
- доступність кредитних ресурсів.

5. Персонал:

- управлінський персонал (чисельність та кваліфікація);
- якісні характеристики працівників;
- застосування системи мотивації.

Результати аналізу передбачають розподіл виявлених факторів на позитивні (сильні) сторони діяльності підприємства і негативні (слабкі) сторони діяльності підприємства.

Аналіз внутрішнього середовища підприємства передбачає не тільки виявлення сильних і слабких сторін самого підприємства. Повнішим є аналіз у випадку порівняння з аналогічними даними конкурентів, які діють у цьому ж сегменті ринку, а також з можливостями і загрозами зовнішнього середовища.

Внутрішнє середовище є джерелом життєвої сили. Воно містить у собі той потенціал, який дає можливість підприємству виживати в певному проміжку часу. Але воно може також бути й джерелом проблем і навіть загибелі підприємства в тому разі, якщо воно не забезпечує необхідні умови для його функціонування.

Отже, завдання економічного аналізу середовища підприємства полягає в забезпеченні такої взаємодії підприємства з середовищем, яке дало б йому змогу підтримувати свій потенціал на рівні, необхідному для досягнення своїх цілей, і тим самим давало б можливість виживати в довготерміновій перспективі.

Тема 5. Аналіз ресурсозабезпечення підприємства та оцінка ефективності його використання

Програмна анотація

1. Аналіз забезпеченості підприємства земельними ресурсами.
2. Аналіз забезпеченості підприємства трудовими ресурсами.
3. Аналіз забезпеченості підприємства основними засобами.
4. Аналіз забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами.
5. Ефективність використання ресурсів підприємства та резерви її підвищення.

Англо-український словник ключових термінів

Workforce – робоча сила

Material Resources – матеріальні ресурси

Financial Resources – фінансові ресурси

Return on capital – рентабельність капіталу

Capital intensity – фондомісткість

Return on advance capital – рентабельність авансованого капіталу

Productivity – продуктивність

Forms of remuneration – форми оплати праці

Volume of production – обсяг виробництва

Теоретичний матеріал

5.1. Аналіз забезпеченості підприємства земельними ресурсами

Земля – головна умова існування людського суспільства і найважливіше джерело людського багатства, найперша передумова і природна основа суспільного виробництва, універсальний фактор будь-якої діяльності людини. У сільському господарстві земля є головним засобом виробництва, без якого неможливий сам процес виробництва продукції рослинництва і тваринництва. Земля є одночасно і предметом і засобом праці.

Завдання аналізу полягає в тому, щоб всебічно сприяти найповнішому і найефективнішому використанню земельних угідь при постійному нарощуванні природної родючості й недопущенні

шкоди навколишньому середовищу. Розроблені за результатами аналізу рекомендації мають забезпечувати повне й високоєфективне використання усіх угідь незалежно від призначення і рівня їх освоєння.

Завданням аналізу земельних ресурсів є:

- оцінка і пошук найбільш оптимального варіанту структури земельного фонду підприємства;
- вивчення закономірностей і тенденцій зміни сільськогосподарських угідь;
- оцінка виконання плану розширення і покращення сільськогосподарських угідь;
- оцінка рівня ефективності використання земельних ресурсів;
- пошук резервів її підвищення.

Етапи аналізу:

- вивчення динаміки в цілому і по видах угідь;
- аналіз виконання плану в цілому і по видах угідь;
- аналіз виконання плану меліорації;
- підрахунок і обґрунтування резервів розміщення сільськогосподарських угідь;
- визначення структури та її зміни в порівнянні з планом і базисним періодом;
- вплив структури на вихід продукції та рівень отриманого прибутку;
- оптимізація структури і резерву виробництва продукції;
- розрахунок показників ефективності використання землі;
- оцінка інтенсивності використання землі;
- вивчення динаміки показників ефективності;
- порівняння фактичних показників ефективності з плановими;
- вивчення причин зміни показників ефективності;
- визначення резервів підвищення ефективності використання земельних угідь.

Земельні угіддя аграрних формувань об'єднують у дві основні групи – сільськогосподарського і несільськогосподарського призначення.

До сільськогосподарських належать земельні угіддя, які систематично використовують для одержання сільськогосподарської продукції: рілля, багаторічні насадження, сіножаті та пасовища.

Структура угідь залежить як від рельєфу місцевості, так і від якості ґрунтів. Співвідношення угідь визначає спеціалізацію підприємства і його виробничий напрям.

Найбільшу питому вагу в структурі земельних угідь мають сільськогосподарські угіддя, які можна об'єднати у дві основні групи: інтенсивні (орні землі, багаторічні насадження, поліпшені сіножаті, культурні пасовища) та екстенсивні (малоцінні луки і пасовища). Завдання полягає в тому, щоб у процесі господарської діяльності забезпечити зростання площ інтенсивних земель за рахунок екстенсивних і якнайефективніше використовувати всі угіддя.

У процесі аналізу визначають такі показники:

- структуру земельних угідь (процентне відношення видів угідь у загальній земельній площі);
- коефіцієнт освоєння землі під сільськогосподарське виробництво (відношення площі сільськогосподарських угідь до загальної земельної площі, закріпленої за господарством);
- коефіцієнт розораності сільськогосподарських угідь (відношення площі ріллі до сільськогосподарських угідь);
- коефіцієнт використання ріллі (відношення площі, зайнятої під сільськогосподарськими культурами, до загальної площі ріллі).

Аналіз структури посівів пов'язаний з аналізом сівозмін, який включає вивчення: наявності сівозмін, їх типів і ступеня освоєності; дотримання встановленого порядку чергування культур у полях сівозмін; економічних наслідків несвоєчасного освоєння сівозмін або порушення встановленого чергування культур. Освоєння правильних сівозмін сприяє найраціональнішому використанню наявних поживних речовин в ґрунті, ефективніше боротися із шкідниками і хворобами, продуктивніше використовувати техніку, трудові і матеріальні ресурси. Все це є передумовою нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції високої якості при найменших витратах праці і коштів на одиницю.

5.2. Аналіз забезпеченості підприємства трудовими ресурсами

Рушійною силою здійснення всіх господарських процесів на підприємстві виступають трудові ресурси. В умовах соціально-економічної трансформації, що відбувається у всіх сферах господарського механізму України, особливого значення набувають дослідження стану і основних тенденцій розвитку ринку робочої сили

та її ціни. Сучасна кон'юнктура українського ринку робочої сили характеризується глибокими диспропорціями у співвідношенні попиту і пропозиції. Саме тому, необхідним є проведення досліджень забезпеченості та використання трудових ресурсів.

Основним завданням аналізу є:

- вивчення ступеня забезпеченості господарства трудовими ресурсами;
- оцінка їх використання на підприємстві, по окремих галузях і категоріях працівників;
- розрахунок показників використання фонду робочого часу, продуктивності праці, демографічного стану, соціальної інфраструктури.

Для характеристики стану забезпеченості і використання на підприємстві трудових ресурсів, а також виявлення резервів збільшення обсягів виробництва та підвищення рентабельності діяльності необхідно проаналізувати таку систему показників:

1. Чисельність персоналу підприємства з точки зору динаміки, статевої та вікової структури, професійної підготовленості.

Починають аналіз з дослідження динаміки чисельності працюючих на підприємстві (з обов'язковим виділенням чисельності працівників основної діяльності) за останні 2-3 роки.

2. Забезпеченість підприємства трудовими ресурсами, яка визначається порівнянням фактичної чисельності працівників із їхньою потребою у підприємстві за окремими галузями (рослинництво, тваринництво) у динаміці.

3. Навантаження земельних угідь і умовних голів худоби на 1 працівника.

4. Рух робочої сили, який включає такі показники:

4.1. Коефіцієнт обороту з приймання (кількість прийнятих на роботу протягом року працівників / середньорічна чисельність працівників).

4.2. Коефіцієнт обороту зі звільнення (кількість вибулих протягом року працівників / середньорічна чисельність працівників).

4.3. Коефіцієнт плинності кадрів (кількість вибулих працівників за власним бажанням і за порушення трудової дисципліни / середньорічну чисельність працівників).

4.4. Коефіцієнт загального обороту (кількість прийнятих на роботу + кількість вибулих протягом року працівників / середньорічну чисельність працюючих).

5.3. Аналіз забезпеченості підприємства основними засобами

Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік).

Мета аналізу основних засобів полягає в оцінці забезпеченості підприємства основними засобами, ефективності їх використання та пошуку резервів підвищення їх віддачі.

Для досягнення поставленої мети в процесі проведення аналізу вирішуються наступні завдання:

1. Оцінюється технічний рівень розвитку виробництва.
2. Вивчається склад, структура і динаміка основних засобів, забезпеченість ними підприємства.
3. Оцінюється технічний стан і віковий склад обладнання.
4. Оцінюються узагальнюючі показники ефективності використання основних засобів.
5. Проводиться оцінка використання обладнання за часом і потужністю і його впливу на випуск продукції.
6. Оцінюються показники використання площ підприємства.
7. Виявляються резерви ефективнішого використання основних засобів і шляхів їх мобілізації.

Основні засоби, що беруть участь у виробництві, поділяють на активні, що безпосередньо діють на предмети праці (машини й устаткування), і пасивні, що створюють умови для виробничого процесу (будівлі, споруди, господарський інвентар та ін.). Співвідношенням вартості окремих видів основних засобів до загальної їх вартості і визначається їх структура і питома вага активної і пасивної частини. Зіставленням структури основних засобів за ряд періодів виявляється динаміка і напрямки її зміни. Підвищення питомої ваги активної частини основних засобів характеризує прогресивність їх структури, ріст технічної оснащеності підприємства, сприяє збільшенню випуску продукції і росту фондівіддачі і тому заслуговує позитивної оцінки. В той же час відсутність пасивної частини, її низька частка свідчить про відсутність нормальних умов праці, веде до травматизму, до плинності кадрів, знижує продуктивність праці.

Склад, структура, стан і зміна основних засобів характеризується натуральними (кількісними), вартісними і якісними показниками.

1. Натуральні показники дають змогу оцінити наявність основних засобів, їх склад, потребу і рівень забезпеченості підприємства основними засобами виробництва, фізичну і функціональну придатність їх до використання.

2. За допомогою вартісних показників оцінюють динаміку і тенденції зміни загальних показників, якими характеризують основні засоби.

3. Якісний стан основних виробничих засобів сільського господарства характеризується їх структурою, тобто співвідношенням окремих видів засобів у загальній вартості.

Крім структури основних засобів якісними характеристиками основних засобів є їхній стан. Вартісна оцінка основних засобів дозволяє розрахувати та проаналізувати показники їх руху і відтворення, росту, надходження, вибуття, придатності (зносу), інтенсивності оновлення та інші.

Показник росту характеризує темпи розширення основних засобів в результаті їх заміни і розраховується відношенням вартості основних засобів на кінець аналізованого періоду до їх вартості на початок аналізованого періоду.

Показник надходження (введення) основних засобів показує інтенсивність їх оновлення і розраховується відношенням вартості основних засобів, що надійшли протягом аналізованого періоду до їх вартості на кінець даного періоду.

Показник вибуття основних засобів показує інтенсивність їх вибуття і обчислюється відношенням вартості основних засобів, що вибули протягом аналізованого періоду до їх вартості на його початок.

Коефіцієнт придатності, розраховується відношенням залишкової вартості основних засобів до їх балансової вартості. Чим ближча величина цього показника до одиниці, тим потенційно придатніші до використання основні засоби.

Коефіцієнт зносу, розраховують відношенням суми зносу до балансової вартості основних засобів.

Сума коефіцієнтів придатності і зносу повинна становити одиницю або 100%.

Узагальнюючими показниками, що характеризують потребу і забезпеченість підприємства основними засобами є:

- фондозабезпеченість – це вартість основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення на одиницю площі сільськогосподарських угідь;

- фондоозброєність праці - вартість основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення на одного середньорічного працівника, зайнятого в сільськогосподарському виробництві.

5.4. Аналіз забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами

Матеріальні ресурси - запаси предметів праці, які включають сировину, основні матеріали, комплектуючі вироби та інші матеріали, що призначені для виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, обслуговування виробництва та адміністративних потреб і наявність яких є необхідною умовою ритмічної роботи підприємства.

Завдання аналізу матеріальних ресурсів:

1. Оцінка потреби підприємства в матеріальних ресурсах у розрізі окремих їх видів та обґрунтованість нормативів виробничих запасів.

2. Аналіз виконання договірних зобов'язань щодо постачання сировини та матеріалів.

3. Оцінка достатності матеріальних ресурсів для забезпечення ритмічної роботи підприємства та можливості зниження потреби у матеріальних ресурсах

4. Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів

5. Розробка заходів щодо зниження понаднормативних виробничих запасів та підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів.

Склад, структура і зміна матеріальних ресурсів характеризуються натуральними (кількісними), якісними і вартісними показниками. За допомогою кількісних параметрів оцінюють наявність матеріальних оборотних засобів, їх склад, рівень забезпеченості ними підприємства. Аналіз якісних параметрів повинен показати відповідність характеристик ресурсів реальним потребам підприємства, існуючим стандартам, нормам.

Вартісні показники дозволяють охарактеризувати структуру запасів, особливості їх формування, руху в цілому, а також ефективності використання.

Рівень забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами визначається порівнянням фактичної кількості закуплених ресурсів з плановою їх потребою та розрахунком абсолютних і відносних відхилень від плану.

Потребу в матеріальних ресурсах визначають, виходячи з фактичних їх витрат, що склалися на підприємстві, або нормативів (науково обґрунтованих норм витрат) – на одиницю посівної площі, поголів'я тварин, роботи, продукції тощо. Наявні матеріальні запаси повинні задовольняти виробничі потреби підприємства на період між їх поставками (придбанням чи власним виробництвом).

Порівнюючи фактичну (можливу, потенційну) наявність матеріальних оборотних ресурсів з потребою в них, визначають рівень забезпечення ними підприємства. Рівень забезпечення визначається за кожним окремим видом матеріалів. Визначають їх нестачу чи надлишок, виявляють причини відхилень, розробляють заходи щодо їх усунення.

5.5. Ефективність використання ресурсів підприємства та резерви її підвищення

Для оцінки ефективності використання земельних ресурсів застосовується система узагальнюючих, індивідуальних і допоміжних показників.

Узагальнюючі показники – це вартість виробленої продукції (у тому числі рослинництва), вихід кормових одиниць, розмір прибутку на 100 га сільськогосподарських угідь.

Індивідуальні показники – це врожайність культур, вихід продукції в кормових одиницях з 1 га окремих угідь, обсяг виробництва молока, м'яса на 100 га порівняльних сільгоспугідь. Порівняльна (кадастрова) площа визначається множенням площі кожного виду угідь на бал ґрунту і діленням отриманого результату на 100.

Допоміжні показники – це собівартість продукції, фондомісткість, трудомісткість, прибутковість 1 га землі, окупність витрат (відношення вартості продукції, отриманої з 1 га, до середніх витрат на 1 га).

У процесі аналізу спочатку вивчається динаміка перерахованих показників, проводиться міжгосподарський порівняльний аналіз. Потім виявляють фактори і резерви підвищення ефективності використання земельних ресурсів.

З метою підвищення ефективності використання земельних ресурсів необхідним є реалізація таких заходів:

1. Поповнення гумусу шляхом внесення органічних добрив, розширення посівів багаторічних трав, сидератів (зелені добрива, або сидерати, являють собою рослини, які вирощують для збагачення виснаженого субстрату. В даний час до рослин-сидератів відносять близько 400 видів рослин з різних родин), пожнивних культур.

2. Регулювання водного режиму: відвід фільтраційних вод у вологі роки і зрошення в посушливу пору.

3. Захист ґрунтів від водної і вітрової ерозії: мінімальна і безвідвальна обробка ґрунту, ґрунтозахисні сівозміни з стрічковим розміщенням посівів і парів.

4. Боротьба з переущільненням ґрунтів. Ущільнення земель зменшується при використанні більш легкої техніки, широкозахватних ґрунтообробних машин, а також використання технологій обробки ґрунту (No-Till, Mini-Till, Strip-Till).

5. Боротьба з бур'янами і шкідниками сільськогосподарських культур. Основні способи захисту рослин – біологічні, механічні і хімічні.

6. Вапнування кислих і гіпсування засоленних ґрунтів.

7. Застосування інтенсивних технологій вирощування культур.

8. Використання більш врожайних районованих сортів.

9. Удосконалювання структури посівів.

10. Проведення всіх польових робіт в оптимальний термін.

11. Підвищення кваліфікації працівників, культури землеробства і т.д.

Економічну ефективність використання основних засобів, яка характеризується відношенням вартості виробленої продукції, валового і чистого доходу, прибутку на одиницю їх вартості.

До показників економічної ефективності використання основних виробничих засобів відносять показники:

- *фондовіддача* – це вартість валової продукції в розрахунку на 1 гривню основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення.

- *фондомісткість* – це середньорічна вартість основних виробничих засобів сільськогосподарського призначення в розрахунку на 1 гривню вартості валової продукції.

- *Норма прибутку* – це відношення прибутку до середньорічної вартості основних і оборотних виробничих засобів.

Основними заходами по підвищенню економічної ефективності основних засобів виступають:

- реалізація можливостей нарощування обсягів виробництва продукції;

- скорочення строків будівництва і обсягів незавершеного виробництва;

- поліпшувати комплектування основних виробничих засобів;

- забезпечувати своєчасне оновлення основних засобів;

- своєчасно вводити в експлуатацію нові будівлі, споруди;

- поліпшувати використання функціонуючих основних засобів.

Аналіз ефективного використання матеріальних ресурсів якнайтісніше пов'язаний з дослідженням рівня витрачання матеріальних ресурсів. Отже, завданням аналізу є пошук джерел економії цих ресурсів і зниження матеріаломісткості продукції.

Для виміру ефективності використання матеріальних ресурсів використовують систему показників:

1. Загальні

1.1. Прибуток на 1 грн матеріальних витрат

1.2. Матеріаловіддача (відношення вартості товарної (реалізованої) продукції до суми матеріальних витрат).

1.3. Матеріаломісткість (відношення суми матеріальних витрат до вартості товарної (реалізованої) продукції).

1.4. Коефіцієнт співвідношення темпів зростання виробленої (реалізованої) продукції і матеріальних витрат (Визначається відношенням індексу товарної (реалізованої) продукції до індексу матеріальних витрат).

1.5. Питома вага матеріальних витрат у операційних витратах (відношенням вартості матеріальних витрат до операційних витрат).

2. Часткові

2.1. Паливомісткість (відношення вартості вживаного палива до вартості товарної (реалізованої) продукції).

2.2. Енергомiсткiсть (вiдношення спожитої енергiї до вартостi товарної (реалiзованої) продукцiї).

Розрахувавши вiдповiднi вiдхилення, вивчають їх причини, що, як правило, найбiльше цiкавлять керiвникiв пiдприємства. У рамках управлiнського облiку та аналізу важливими є тiльки вiдхилення вiд нормативних (планових) витрат.

Наступним етапом аналізу ефективного використання матерiальних ресурсiв є моделювання причинно-наслiдкових зв'язкiв мiж показниками матерiальних витрат та вартiстю виготовленої продукцiї з метою виявлення вiдхилень фактичних витрат вiд нормативних та факторiв, що впливають на величину цих вiдхилень, а також на змiну обсягу виробництва.

Тема 6. Аналіз виробництва і реалізації продукції (товарів, робіт та послуг)

Програмна анотація

1. Аналіз динаміки і виконання плану обсягів виробництва продукції (товарів, робіт, послуг).
2. Аналіз асортименту і якості продукції (товарів, робіт, послуг).
3. Аналіз обсягів реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).
4. Аналіз виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).
5. Визначення резервів збільшення обсягів виробництва і реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Англо-український словник ключових термінів

Types of products – види продукції

Product quality – якість продукції

Price – ціна

Product competitiveness – конкурентоспроможність продукції

Sales revenue – виручка від реалізації

Logistics – логістика

Теоретичний матеріал

6.1. Аналіз динаміки і виконання плану обсягів виробництва продукції (товарів, робіт, послуг).

Обсяг виробництва й обсяг реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) є взаємозалежними показниками. В умовах обмежених виробничих можливостей і необмеженого попиту на перше місце виходить обсяг виробництва продукції. Але в міру насичення ринку і посилення конкуренції не виробництво визначає обсяг продажів, а навпаки, можливий обсяг продажів є основою розробки виробничої програми. Підприємство має виробляти тільки ті товари та послуги і в такому обсязі, які воно може реально реалізувати.

Темпи зростання обсягу виробництва і реалізації продукції, поліпшення її якості безпосередньо впливають на обсяг витрат, на

прибуток і рентабельність підприємства. Тому аналіз цих показників має важливе значення. Його *основні завдання*:

- оцінювання ступеня виконання плану і динаміки виробництва та реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
- визначення впливу факторів на зміну величини цих показників;
- виявлення внутрішньогосподарських резервів збільшення випуску і реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
- розробка рекомендацій із освоєння виявлених резервів.

Об'єктами аналізу виробництва продукції, робіт, послуг є:

- обсяг виробництва продукції в цілому по підприємству;
- якість товарної продукції;
- структура товарної продукції;
- ритмічність виробництва товарної продукції.

Основні показники виробництва продукції:

Валовий оборот підприємства – показник, який характеризує вартість готових виробів, напівфабрикатів, виготовлених підприємством незалежно від того, чи призначені вони для реалізації на сторону, переробки чи іншого використання на даному підприємстві, а також зміну вартості залишків незавершеного виробництва у всіх підрозділах.

Внутрішньовиробничий оборот – показник, який характеризує загальну вартість спожитих напівфабрикатів власного виробництва; продукції допоміжних цехів і робіт промислового характеру, виконаних для своїх підрозділів і спожитих в межах основної діяльності підприємства.

Валова продукція – показник, який відображає вартість готових виробів, зміну залишків незавершеного виробництва і напівфабрикатів власного виробництва, робіт і послуг. Валова продукція – це різниця між валовим оборотом підприємства і його внутрішньовиробничим оборотом.

Валова продукція сільськогосподарського виробництва – кількість виробленої продукції рослинництва і тваринництва у господарстві протягом певного періоду.

Вона характеризується вартісними і натуральними показниками. Вартість валової продукції відображується у постійних і поточних цінах.

Аналіз виробництва продукції доцільно починати з вивчення її динаміки за натуральними і вартісними показниками.

Товарна продукція – обсяг продукції підприємства, виробленої в даному періоді і призначеної для реалізації на сторону. Товарна продукція включає вироблені всіма основними, допоміжними, підсобними підрозділами підприємства готову продукцію, напівфабрикати і виконані на замовлення інших підприємств і організацій роботи (послуги) на сторону. Товарна продукція є основою визначення важливих економічних показників: собівартості продукції, фондівіддачі, матеріаломісткості виробництва тощо.

6.2. Аналіз асортименту і якості продукції (товарів, робіт, послуг)

Великий вплив на результати господарської діяльності справляють асортимент (номенклатура) та структура виробництва і реалізації продукції.

Вчасне оновлення асортименту продукції (послуг) із урахуванням зміни кон'юнктури ринку є одним із важливих індикаторів ділової активності підприємства та його конкурентоспроможності.

Мета аналізу – вироблення рекомендацій для зміни асортименту та структури продукції на майбутній період з урахуванням потреб ринку і можливостей підприємства.

Формуючи асортимент і структуру випуску продукції, підприємство має враховувати, з одного боку, попит на види продукції, а з другого — найефективніше використання трудових, сировинних, технічних, технологічних, фінансових та інших ресурсів, що є в його розпорядженні. Система формування асортименту продукції включає такі основні позиції:

- визначення поточних і перспективних потреб покупців;
- оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції, що випускається чи планується до випуску;
- вивчення життєвого циклу виробів і вжиття вчасних заходів для впровадження нових, більш досконалих видів продукції і вилучення із виробничої програми морально застарілих та економічно неефективних виробів;
- оцінювання економічної ефективності і ступеня ризику змін в асортименті продукції.

Важливим показником діяльності промислових підприємств є якість продукції. Підвищення його – одна із форм конкурентної боротьби, завоювання і втримання позицій на ринку. Високий рівень

якості продукції сприяє підвищенню попиту на продукцію і збільшенню суми прибутку не лише за рахунок обсягу продажів, а й за рахунок вищих цін.

Якість продукції – це поняття, яке характеризує параметричні, експлуатаційні, споживчі, технологічні, дизайнерські властивості виробу, рівень його стандартизації та уніфікації, надійність і довговічність. Розрізняють узагальнюючі, індивідуальні і непрямі показники якості продукції.

Узагальнюючі показники характеризують якість усієї виробленої продукції незалежно від її виду і призначення:

- а) частка нової продукції в загальному її випуску;
- б) частка продукції вищої категорії якості;
- в) середньозважений бал продукції;
- г) середній коефіцієнт сортності;
- д) частка атестованої і не атестованої продукції;
- є) частка сертифікованої продукції;
- є) частка продукції, що відповідає світовим стандартам;
- ж) частка продукції, що експортується, у тому числі у високорозвинуті промислові країни.

Актуальним завданням сільськогосподарського виробництва є підвищення якості продукції. Шляхи підвищення якості сільськогосподарської продукції:

1. Виведенням нових сортів сільськогосподарських культур і порід сільськогосподарських тварин;
2. Застосуванням добрив у правильних співвідношеннях;
3. Збільшення питомої ваги внесення органічних добрив;
4. Ширше застосуванням біологічних методів захисту рослин і тварин;
5. Дотриманням агротехнічних заходів при обробітку ґрунту і догляду за посівами;
6. Удосконаленням машин і обладнання для збирання і доробки сільськогосподарської продукції;
7. Впровадженням прогресивних способів товарної обробки і транспортування продукції (розширення безтарних перевезень сипких вантажів, контейнерних перевезень, застосування спеціального транспорту, поліпшення шляхів і внутрішньогосподарських доріг та ін.);
8. Скороченням проміжних ланок у ланцюгу «поле — споживач», особливо щодо овочів та фруктів;

9. Збільшенням потужностей з первинної переробки і належного зберігання сільськогосподарської продукції;
10. Застосуванням ефективних систем матеріального стимулювання за підвищення якості продукції.

6.3. Аналіз обсягів реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)

Темпи зростання обсягу реалізації продукції безпосередньо впливають на величину витрат, прибуток та рентабельність підприємства. Тому аналіз показників реалізації має важливе значення.

Аналіз починається з вивчення динаміки реалізації продукції, розрахунку базисних та ланцюгових темпів зростання та приросту.

Для глибокого аналізу проблем, що пов'язані з реалізацією продукції, слід перейти до детального розгляду дії всього комплексу факторів, які можуть впливати на кінцевий обсяг реалізації продукції.

1 група. Фактори, які пов'язані з маркетинговою діяльністю.

1.1. Стратегія маркетингу та її вплив на діяльність підрозділів підприємства

1.2. Місткість ринків збуту

1.3. Стратегія та методи основних конкурентів

1.4. Цінова політика

1.5. Методи розповсюдження товарів

1.6. Рекламна діяльність

2 група. Виробничі фактори.

2.1. Рівень виконання плану товарної продукції

2.2. Якість продукції

2.3. Асортиментно-структурні зрушення у випуску продукції

2.4. Ритмічність випуску продукції

3 група. Фактори, пов'язані зі збутом і складуванням.

3.1. Організаційно-технічний рівень навантажувально-розвантажувальних робіт

3.2. Величина портфеля замовлень

3.3. Стан і комплектність залишків готової продукції на складі

3.4. Забезпеченість тарою

3.5. Наявність договорів на доставку і дотримання умов цих договорів за відвантаженою продукцією покупцям

4 група. Фактори, пов'язані з транспортування продукції.

- 4.1. Відповідність кількості і видів транспортних засобів потребам підприємства
- 4.2. Ритмічність подання транспортних засобів
- 4.3. Придатність транспортних засобів для завантаження відповідних видів продукції
- 4.4. Дотримання термінів перевезень
- 5 група. Фактори, пов'язані з роботою фінансового та інших відділів підприємства.
 - 5.1. Вибір форм розрахунків з покупцями
 - 5.2. Своєчасність та якість оформлення платіжних документів, а також стан контролю за їх оплатою
 - 5.3. Вивчення платоспроможності покупців і можливих форм співпраці з ними
 - 5.4. Своєчасність та якість оформлення санкцій за порушення зобов'язань зі сплати боргів покупцями
- 6 група. Інші чинники.
 - 6.1. Терміни документообігу, якість опрацювання документів в установах банку
 - 6.2. Рішення арбітражних судів щодо позовів
 - 6.3. Зміна митних правил, законодавства

6.4. Аналіз виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)

Основним джерелом грошових надходжень на підприємство є виручка від звичайної діяльності, яка залежить від галузі функціонування підприємства, обсягів його діяльності, впровадження науково-технічних розробок, а отже, підвищення продуктивності праці, зниження собівартості, поліпшення якості продукції. В умовах розвитку підприємницької діяльності створюються об'єктивні передумови реального втілення в життя зазначених факторів.

Підприємства можуть нормально функціонувати лише за умов, якщо їхня продукція (товари, послуги) регулярно знаходить на ринку своїх покупців, передається їм і від покупців надходять кошти у вигляді грошового еквівалента вартості продукції. Ці кошти використовуються виробником для підтримання процесу відтворення і поповнення фінансових ресурсів. Через оптові (роздрібні) ціни, якщо вони реально віддзеркалюють вартість продукції, підприємство, одержавши гроші за товари і послуги, покриває ними

витрати на виробництво і обіг, тобто має можливість постійно авансувати кошти у виробничий процес і, крім того, одержує прибуток (якщо, звичайно, витрати на виробництво і обіг не досягають величини ціни продукції). Цим визначається значення реалізації продукції як важливої стадії кругообігу коштів у життєдіяльності кожного підприємства.

Розмір виручки від реалізації продукції, за інших однакових умов, залежить від таких груп чинників:

1. Виробничі, що пов'язані з обсягом виробництва, його ритмічністю, матеріальним, науково-технічним та організаційно-технічним забезпеченням.

1.1. Обсяг виробництва;

1.2. Асортимент;

1.3. Якість продукції;

Обсяг (кількість) реалізованої продукції прямо впливає на величину виручки. А сама кількість реалізованої продукції залежить від обсягу виробництва товарної продукції і зміни величини перехідних залишків реалізованої продукції на початок і кінець року. Асортимент реалізованої продукції справляє двоякий вплив на величину виручки. Зростання в загальному обсязі реалізованої продукції питомої ваги асортименту з більш високою ціною збільшує величину виручки, і навпаки. Підвищення якості продукції також прямо пропорційно впливає на величину виручки, так чим вища якість, тим більший попит та можуть бути і вищими ціни.

2. Комерційні (організаційних), що охоплюють в широкому смислі поняття маркетингу. До цієї групи чинників, що впливають на величину виручки від реалізації продукції, робіт та послуг можна віднести:

2.1. Ефективність роботи певних відділів підприємства (збуту, бухгалтерії, планового тощо) щодо укладання господарських угод на основі самого ретельного вивчення діючої та перспективної кон'юнктури ринку, цінового регулювання збуту, його направлення та організаційно-економічне забезпечення;

2.2. Розрахункова дисципліна, тобто виконання договірних зобов'язань постачальниками та покупцями;

3. Фінансові, що включають:

3.1. Форми розрахунків (передбачені угодами чи, які визначаються оперативно);

3.2. Цінове регулювання;

3.3. Залучення кредиту;

3.4. Застосування штрафних санкцій;

3.5. Вивчення та стягнення дебіторської заборгованості.

Для збільшення суми виручки від реалізації продукції потрібно збільшувати кількість реалізованої продукції і підвищувати середню реалізаційну ціну, за рахунок пошуку вигідних ринків збуту продукції, підвищення якості продукції, вивчення кон'юнктуру ринку, запровадження достовірної реклами, збільшення виробництва продукції.

Необхідність аналізу строків реалізації пов'язана з тим, що у різні періоди помітно змінюються ціни на продукцію. Це пов'язано з сезонністю попиту на продукцію та з нерівномірністю пропозиції продукції на ринку. Ціни на сільськогосподарську продукцію та продукти її переробки значно коливаються протягом року.

Перед сільськогосподарськими підприємствами постає питання: реалізовувати продукцію відразу після збору врожаю чи закласти на зберігання, сподіваючись на додаткові доходи від зростання цін у перспективі. Вибір варіанта передбачає врахування таких факторів:

1. Наскільки помітно коливаються ціни у різні періоди та чи зберігається надалі високий попит на продукцію.

2. Чи є у підприємства можливості організувати зберігання продукції протягом відповідного періоду зберігання та наскільки витратним є таке зберігання.

Висновок про інтенсивність коливання попиту і цін на продукцію в різні періоди робиться на основі аналізу ситуації у попередні роки.

Методика аналізу доцільності зберігання продукції з метою її пізньої реалізації, у вигідніший у кон'юнктурному аспекті період, полягає у порівнянні витрат на зберігання продукції з додатковою виручкою від очікуваного росту цін у перспективі.

Продаж ряду продуктів (овочі, фрукти, ягоди) в більш ранні строки, а також в зимово-весняний період (після її зберігання), як правило, здійснюється по більш високим цінам, що впливає на рівень середньої реалізаційної ціни.

Строки реалізації окремих видів продукції мають безпосередній вплив кон'юнктури товарного ринку, так як від насиченості ринку окремим товаром проходить зміна закупівельних цін. Але для збереження сільськогосподарської продукції підприємство повинно мати певну матеріально-технічну базу та кошти, які будуть витрачені

на зберігання окремих видів продукції з урахуванням галузевої структури.

Сільськогосподарські підприємства використовують декілька каналів реалізації своєї продукції, а саме: продаж на ринку; продаж через власну мережу магазинів; продаж за договорами; видача пайовикам в рахунок плати за оренду земельних і майнових паїв; на товарних біржах; на експорт тощо.

Канали реалізації продукції відзначаються різною ефективністю. У ході аналізу необхідно встановити наскільки раціонально підприємство розподілило товарну продукцію за каналами збуту і визначити які з них здатні забезпечити найбільшу вигоду.

Основним критерієм вигідності окремих каналів збуту є рівень реалізаційної ціни. Вища реалізаційна ціна вказує на потенційну привабливість даного сегменту ринку. Окремо розглядаються випадки, коли реалізацією продукції переслідуються соціальні цілі.

6.5. Визначення резервів збільшення обсягів виробництва і реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)

Резерви збільшення виробництва продукції рослинництва і тваринництва можна розподілити на дві групи: екстенсивні, що належать до збільшення посівних площ та кількості тварин, та інтенсивні, які забезпечують зростання урожайності сільськогосподарських культур і продуктивності тварин.

Резерви збільшення виробництва продукції рослинництва:

1. Підвищення урожайності
 - 1.1. Сортозаміна
 - 1.2. Покращення земельних угідь (меліорація, вапнування або гіпсування, боротьба з ерозією земель).
 - 1.3. Покращення селекційно-насінницької роботи.
 - 1.4. Внесення добрив.
 - 1.5. Зрошення.
 - 1.6. Ефективне використання засобів захисту рослин.
2. Посів по кращим попередникам.
3. Вдосконалення структури посівів.
4. Запобігання втратам:
 - 4.1. Збирання врожаю в оптимальні строки.
 - 4.2. Забезпеченість якісною технікою для збирання і транспортування врожаю.

4.3. Стан доріг.

Резерви збільшення продукції тваринництва:

1. Збільшення поголів'я тварин.

1.1. Скорочення яловості маточного поголів'я.

1.2. Скорочення гибелі тварин.

2. Підвищення рівня годівлі тварин і ефективності використання кормів.

3. Скорочення яловості корів (продуктивність ялової корови становить 40-50%).

4. Покращення вікового і породного складу стада. (наприклад: за даними зоотехнічної науки найвищу продуктивність корови мають у третій, четвертій і п'ятій лактаціях, у шостій – 90 – 93 %, а в сьомій – 85 – 87 % від максимальної);

5. Покращення умов утримання тварин.

6. Недопущення (скорочення) втрат продукції на всіх етапах проходження.

Підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств за рахунок диверсифікації. Розширення самостійності сільськогосподарських підприємств і існуюча економічна ситуація в країні зумовили їх диверсифікацію.

Диверсифікація – процес розвитку діяльності підприємства, пов'язаний із збільшенням діапазону видів та проникненням в нові сфери діяльності, освоєнням нових виробництв, розширенням асортименту товару, що включає не тільки диверсифікацію товарних груп, але й розповсюдження підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності фірми.

Одним із основних напрямків диверсифікації у сільському господарстві є створення потужностей для зберігання і переробки сільськогосподарської продукції. Необхідність таких потужностей зумовлена пошуком шляхів зниження витрат і недопущенням зниження якості продукції, підвищенням ефективності виробництва, економією ресурсів.

Завданням проведення аналізу є обґрунтування доцільності організації на підприємстві зберігання і переробки продукції рослинництва, забезпечення високої ефективності цих видів діяльності.

Джерелами інформації може виступати річна звітність підприємства, плани економічного і соціального розвитку, статистична звітність, дані бухгалтерської звітності.

Тема 7. Аналіз витрат на виробництво і реалізацію продукції (товарів, робіт та послуг)

Програмна анотація

1. Завдання аналізу собівартості продукції (товарів, робіт, послуг).
2. Загальна оцінка собівартості продукції (товарів, робіт, послуг).
3. Аналіз витрат за елементами і статтями.
4. Основні резерви зниження собівартості продукції (товарів, робіт, послуг).

Англо-український словник ключових термінів

Indirect costs – непрямі витрати

Variable costs – змінні витрати

Total expenditures – загальні витрати

Scheduled expenses – планові витрати

Actual costs – фактичні витрати

Production cost – вартість виробництва

Material expenses – матеріальні витрати

Full cost – повна вартість

Теоретичний матеріал

7.1. Завдання аналізу собівартості продукції (товарів, робіт, послуг)

У собівартості продукції знаходять відображення індивідуальні витрати кожного підприємства на виробництво і реалізацію продукції, виконання робіт та послуг. Зменшення цих витрат забезпечує підприємству конкурентоспроможність на ринку, зростання прибутку, рівня рентабельності, тому аналіз досягнення неухильного зниження собівартості продукції, пошуку резервів подальшої економії усіх витрат на виробництво і реалізацію продукції являє собою один з обов'язкових напрямів економічного аналізу діяльності будь-якого аграрного підприємства.

Собівартість продукції – це виражена в грошовій формі сукупність витрат на виробництво та реалізацію.

Під час проведення аналізу використовують такі показники:

- витрати на виробництво продукції;

- собівартість реалізованої продукції;
- витрати на 1 гривню реалізованої продукції;
- собівартість 1 ц окремих видів продукції.

Метою економічного аналізу витрат є всебічна оцінка ефективності використання ресурсів і обґрунтування управлінських рішень щодо оптимізації рівня витрат, який забезпечує конкурентоздатність продукції (робіт, послуг).

Основними завданнями аналізу собівартості є:

- оцінка виконання плану за собівартістю продукції в цілому по підприємству, а також за окремими видами продукції;
- вивчення причин відхилення фактичних витрат від планових у розрізі статей, а також за окремими видами і групами продукції;
- пошук резервів зниження собівартості продукції та розробка відповідних заходів щодо їх використання.

До чинників формування собівартості продукції можна віднести:

- систему ціноутворення, рівень цін галузі промисловості, що постачають техніку і устаткування;
- систему та умови кредитування та оподаткування підприємств;
- матеріально-технічне обслуговування;
- сервісне обслуговування;
- умови реалізації продукції;
- інформаційне та організаційне забезпечення виробничого процесу.

7.2. Загальна оцінка собівартості продукції (товарів, робіт, послуг)

Собівартість сільськогосподарської продукції визначається і аналізується по закінченні року. Аналіз доцільно починати з проведення загальної оцінки рівня собівартості всієї продукції господарства.

Собівартість валової продукції.

Основну увагу у ході аналізу слід приділити вивченню витрат на виробництво продукції та виявленню можливостей раціонального їх використання. Зниження собівартості виробництва сільськогосподарської продукції є одним з важливих напрямів підвищення ефективності господарської діяльності підприємства.

У ході проведення аналізу необхідно дати оцінку досягнутому рівню і виконанню плану по собівартості, з'ясувати вплив на неї окремих факторів, виявити раціональні та нераціональні суми витрат і на цій основі запропонувати шляхи підвищення ефективності виробництва.

Етапи аналізу.

1. Аналіз динаміки сукупних витрат на виробництво сільськогосподарської продукції.

Показник: сукупні витрати на виробництво сільськогосподарської продукції.

2. Аналіз динаміки загального рівня собівартості виробництва продукції господарства.

Показник: загальний рівень собівартості виробництва сільськогосподарської продукції (відношення загальної суми витрат на виробництво до вартості валової продукції (у постійних цінах 2016 р.).

Рівень витрат на 1 грн вартості валової продукції (у постійних цінах 2016 р.) залежить насамперед від двох факторів:

- 1) обсягу і структури продукції;
- 2) виробничої собівартості окремих видів продукції.

Разом із завданням економії витрат у кожній галузі виробництва важливою умовою зниження собівартості продукції є збільшення обсягу її виробництва. Залежність собівартості від обсягу валової продукції зумовлюється тим, що розмір постійних витрат господарства (таких, як витрати з організації виробництва і управління, на амортизацію та ремонт основних засобів тощо) з розрахунку на 1 грн валової продукції зменшується. Треба зазначити, що собівартість продукції сільськогосподарських підприємств залежить від розмірів виробництва та інтенсивності його ведення. Збільшення розмірів і підвищення рівня виробництва у сільськогосподарських підприємствах зумовлює зниження собівартості не лише за рахунок постійних витрат, а й кращого використання робочої сили, виробничих фондів, кормових ресурсів тощо. Таким чином зменшуються змінні витрати на одиницю продукції. Саме цим пояснюється зниження витрат на 1 грн валової продукції у кращих господарствах.

Проте, враховуючи загальні тенденції зміни собівартості продукції залежно від обсягу її виробництва, важливо дотримуватися

режиму економії праці та коштів на виробництво продукції у кожній галузі господарства.

Собівартість товарної продукції.

Кінцевим показником собівартості виробленої і реалізованої продукції є повна її собівартість, яка відображає той її рівень, з яким підприємство вступає у взаємовідносини з державою та іншими покупцями, від якого залежить рентабельність і прибуток підприємства.

Етапи аналізу.

1. Аналіз динаміки повної собівартості сільськогосподарської продукції.

Показник: повна собівартість реалізованої продукції.

2. Аналіз динаміки загальної оцінки собівартості товарної продукції.

Показник: рівень витрат на 1 грн виручки від реалізації (відношення повної собівартості реалізованої продукції до величини виручки від реалізації)

Рівень витрат на 1 грн виручки розглядається при аналізі як результат впливу на нього насамперед таких факторів:

- 1) обсяг і структура продукції з урахуванням каналів реалізації;
- 2) ціна реалізації;
- 3) повної собівартості окремих видів продукції.

З метою деталізації необхідно провести аналіз повної собівартості одиниці окремих видів реалізованої продукції. Цей показник визначають як відношення загальної повної собівартості до кількості реалізованої продукції відповідного виду. Він залежить від виробничої собівартості та витрат з реалізації.

Від рівня витрат на 1 грн валової продукції залежить в основному і показник витрат на 1 грн виручки. Однак при цьому враховують, що загальний рівень собівартості товарної продукції може відрізнятись від собівартості валової продукції за рахунок додаткових витрат на реалізацію, а також різниці в структурі товарної та валової продукції.

7.3. Аналіз витрат за елементами і статтями

У практиці бухгалтерського обліку і в аналітичній роботі витрати на виробництво продукції групують і вивчають за двома

ознаками: за елементами витрат і за калькуляційними статтями витрат.

«Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств» (Затверджено наказом Міністерства аграрної політики України від 18 травня 2001 р. №132).

Елементи витрат – це однорідні за своїм економічним змістом витрати. Планування витрат за економічними елементами дає змогу пов'язати їх з іншими розділами плану. Аналіз витрат за економічними елементами полягає у вивченні їхнього складу, питомої ваги кожного елемента, частку живої і уречевленої праці в загальних витратах на виробництво. Порівнювання фактичної структури витрат за кілька періодів виявляє динаміку і напрямок зміни окремих елементів, фондомісткості, енергомісткості, трудомісткості, собівартості продукції і вплив технічного прогресу на структуру витрат.

Елементи витрат:

- 1) матеріальні витрати;
- 2) витрати на оплату праці;
- 3) відрахування на соціальні заходи;
- 4) амортизація;
- 5) інші операційні витрати.

Одним з найважливіших розділів бізнес-плану роботи підприємства є складений за економічними елементами кошторис витрат на виробництво. Цей кошторис витрат і звітні дані про витрати на виробництво дають змогу оцінити динаміку структури витрат, зміну трудомісткості продукції порівняно із запланованими показниками і за часом, вони також служать базою для аналізу оборотності фінансових ресурсів, вкладених у виробництво продукції, ефективності організації процесу матеріально-технічного забезпечення підприємства.

Важливим аспектом оцінки результатів роботи підприємства, спрямованої на мінімізацію витрат на виробництво і реалізацію продукції, є аналіз собівартості виробленої продукції за калькуляційними статтями витрат. Саме такий аналіз дає змогу визначити конкретні напрямки подальшого пошуку резервів зниження собівартості продукції.

Аналіз собівартості фактично виробленої продукції за калькуляційними статтями проводять, порівнюючи фактичні витрати

з плановими, витратами базисного року, іншими підприємствами регіону. При цьому визначають абсолютне і відносне відхилення щодо кожної калькуляційної статі дають їм оцінку. Взагалі спосіб віднесення калькуляційних статей на собівартість окремої продукції значною мірою визначає організацію контролю та аналізу собівартості продукції.

З метою пошуку резервів економії витрат на виробництво поглибленому аналізу треба піддавати саме ті статті собівартості, з яких допущені перевитрати. Втім, якщо за тією чи іншою статтею витрат визначилася економія проти запланованих, це далеко не завжди свідчить про відсутність резервів подальшої економії відповідних витрат на виробництво сільськогосподарської продукції.

7.4. Основні резерви зниження собівартості сільськогосподарської продукції (товарів, робіт та послуг)

Аналіз собівартості окремих видів продукції слід завершувати пошуком резервів її зниження. Поточні резерви собівартості включають усі види непродуктивних витрат, а також виявлені під час аналізу перевитрати ресурсів і надмірні витрати грошових коштів.

Резерви зниження собівартості продукції можна поділити на три групи:

1. Які можуть бути використані у виробництві без додаткових витрат.

Даними резервами є:

- зниження непродуктивних витрат робочого часу;
- запобігання втрат при збиранні та зберіганні врожаю;
- підготовленість техніки до виконання польових робіт;
- оптимізація навантаження тварин на працівника галузі;
- дотримання норм витрачання кормів.

2. Які потребують незначних додаткових витрат і можуть бути використані протягом року;

3. Потребують значних капітальних вкладень і можуть бути використані в перспективі.

Величину резервів визначають порівнянням розрахункової собівартості, обчисленої з урахуванням додаткових витрат і додаткового виходу продукції, з собівартістю попереднього періоду.

Оскільки одночасно неможливо запровадити у виробництво всі заходи, що сприяють зниженню собівартості продукції, аналіз

покликаний допомогти визначити черговість їх введення. Перевагу необхідно надавати тим заходам які підприємство реально може здійснити використовуючи наявну матеріально-технічну базу.

Основною умовою для визначення реальних резервів зниження собівартості сільськогосподарської продукції (це стосується пошуку всіх резервів) є достовірність і достатність інформації для проведення аналізу.

Тема 8. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства

Програмна анотація

1. Значення, інформаційне забезпечення і задачі аналізу інвестиційної діяльності підприємства.
2. Методика аналізу інвестиційної діяльності.
3. Ефективні методи управління інвестиційними ризиками підприємства.

Англо-український словник ключових термінів

Investment – інвестиції

Return on investment – прибуток від інвестицій

Dividends – дивіденди

Investment attractiveness – інвестиційна привабливість

Securities – цінні папери

Теоретичний матеріал

8.1. Значення, інформаційне забезпечення і задачі аналізу інвестиційної діяльності підприємства

Інвестиційний аналіз є одним з найважливіших інструментів модернізації економіки країни. В умовах ринкової трансформації економіки актуальності набувають питання системного аналізу майбутнього інвестування як основи прийняття ефективних управлінських рішень в сфері інвестиційної діяльності. На особливу увагу заслуговує питання оцінки інвестиційної привабливості об'єктів інвестування. Адже, розвиток економічних знань зумовлює швидке та адекватне реагування інвесторів щодо ухвалення рішень про доцільність капітального чи фінансового інвестування.

У загальному розумінні, з точки зору економічної теорії, інвестиції являють собою вкладення капіталу з метою подальшого його збільшення, тобто інвестиції можуть розглядатися як рушійна сила самозростання вартості капіталу суб'єкта господарювання і, відповідно, подальшого економічного зростання в масштабі держави. При цьому приріст капіталу повинен бути достатнім для того, щоб компенсувати інвестору відмову від використання наявних коштів на

споживання в поточному періоді, винагородити його за ризик, відшкодувати втрати від інфляції в наступному періоді.

За об'єктами вкладення капіталу інвестиції розподіляються на реальні (виробничі) та фінансові. Реальні інвестиції являють собою вкладення капіталу у відтворення основних засобів, в інноваційні нематеріальні активи та інші об'єкти інвестування, пов'язані зі здійсненням виробничо-збутової діяльності підприємства. Фінансові інвестиції характеризують вкладення коштів у фінансові інструменти з метою отримання доходів у майбутньому.

В якості об'єктів інвестування в діяльність підприємства можуть виступати готівкові кошти, різні види цінних паперів, майнові та немайнові права, рухоме та нерухоме майно, сукупність різних видів знань, що виявляються у формах технічної інформації, досвіду тощо.

Серед особливостей інвестиційної діяльності підприємства слід виділити наступні: інвестиції в розвиток підприємства є найважливішою формою забезпечення зростання ефективності його господарювання; форми і методи інвестиційної діяльності підприємства меншою мірою залежні від галузевих особливостей підприємства порівняно з виробничою діяльністю; динаміка обсягів інвестиційної діяльності характеризується певною нерівномірністю у визначені відрізки часу; інвестиційна діяльність формує окремий самостійний вид грошових надходжень підприємства; з моменту реалізації інвестицій до моменту отримання доданої вартості від їх вкладання існує значний розрив за часом; інвестиційній діяльності властиві значні ризики, які пояснюються фактором невизначеності впливу зовнішнього середовища.

Серед основних джерел фінансування інвестиційної діяльності підприємства – наявний в розпорядженні прибуток, кошти амортизаційного фонду, позики та оренда майна, бюджетне фінансування, кошти дрібних інвесторів, отримані через акціонування, венчурне та змішане фінансування, краудфандинг тощо.

Пріоритетне значення для визначення доцільності реалізації інвестиційної діяльності підприємства відіграє встановлення її ефективності, тобто міри, що визначає ступінь результативності інвестиційної діяльності, що передбачає визначення оптимального співвідношення результатів інвестування та необхідних для його отримання інвестиційних витрат.

8.2. Методика аналізу інвестиційної діяльності

Вибір найбільш ефективних інвестиційних проектів та обґрунтування програм їх реалізації здійснюється з використанням різних економіко-метаматичних моделей та методів. Зокрема, методи оцінки ефективності інвестицій в основні засоби поділяються залежно від врахування фактора часу на дві групи: методи, які не враховують фактор часу (базуються на даних бухгалтерського обліку) та методи, які враховують фактор часу (основані на дисконтуванні).

До групи методів аналізу ефективності інвестицій, основаних на даних бухгалтерського обліку, належать:

- метод оцінки ефективності інвестицій, виходячи із строку їх окупності;
- метод оцінки ефективності інвестицій за нормою прибутку на капітал.

Методи аналізу, що базуються на дисконтуванні, включають:

- метод чистої приведеної вартості;
- метод внутрішньої норми прибутку;
- метод індексу доходності.

1. Метод оцінки ефективності інвестицій, виходячи із строку їх окупності. Строк окупності інвестиційного проекту – це період часу, необхідний для повернення вкладених коштів. Його визначають з використанням детермінованої моделі

$$\text{Ток} = \text{КВ} \div [\text{Пч} + \text{А}] \leq \text{Тев}, (1)$$

де Ток – строк окупності інвестиційного проекту, років;

Пч – чистий прибуток;

А – амортизаційні відрахування на повне відновлення;

КВ – повна сума витрат на реалізацію інвестиційного проекту, включаючи затрати на науково-дослідницькі роботи;

Тев – економічно виправданий строк окупності інвестицій, який визначається керівництвом підприємства.

Критерій доцільності реалізації інвестиційного проекту визначається тим, що тривалість строку його окупності повинна бути меншою від економічно виправданого терміну окупності, який встановлюється керівним персоналом підприємства або інвесторами. Спосіб оцінки ефективності інвестицій, виходячи із строку їх окупності, є простим у використанні, проте має вагомий недолік – суб'єктивність підходу керівників підприємств або інвесторів до визначення виправданого періоду окупності інвестиційного проекту.

2. Метод оцінки інвестицій за нормою прибутку на капітал. Норма прибутку на капітал визначається як співвідношення між доходом від реалізації інвестиційного проекту та вкладеним капіталом (інвестиціями на реалізацію проекту) і характеризує відсоток прибутку на капітал

$$Нпк = [(Пч + А) \div К] \times 100\% . (2)$$

Розглянемо зміст, послідовність розрахунку та сферу використання найбільш розповсюджених способів оцінки ефективності інвестиційних проектів, оснований на дисконтуванні.

1. Спосіб чистої приведеної вартості.

Чиста приведена (дисконтована) вартість – це різниця між приведеним дисконтованим грошовим доходом від інвестиційного проекту та інвестиційними витратами. Якщо оцінювати економічну ефективність за даними бухгалтерського обліку, тобто без дисконтування, то чисту вартість (ефект) визначають як різницю між сумою доходів та інвестиційних витрат.

2. Спосіб внутрішньої норми прибутку (доходності). Внутрішня норма прибутку – це відсоткова ставка (ставка дисконтування), за якої чиста приведена вартість дорівнює нулю. Також поняття можна трактувати як максимальну ставку відсотку, під яку підприємство може взяти кредит для фінансування інвестиційного проекту. При цьому слід враховувати, що грошовий дохід використовується протягом певного періоду для погашення суми кредиту та відсотків по ньому.

3. Спосіб індексу доходності. Індекс доходності (рентабельність інвестицій) являє собою співвідношення приведених грошових доходів до інвестиційних витрат:

$$P1 = Дзаг \div Ві,$$

де Дзаг – загальна сума дисконтованого доходу за весь строк реалізації інвестиційного проекту, грн.;

Ві - початкові витрати (інвестиційні витрати) на реалізацію інвестиційного проекту, грн.

Якщо рентабельність (індекс доходності) дорівнює одиниці, то майбутні приведені грошові доходи дорівнюють обсягу вкладених коштів. У цьому випадку проект приймається при додаткових дослідженнях. Якщо індекс доходності більше одиниці, то проект приймається, а при індексі доходності меншому за одиницю – відхиляється. Слід зазначити, що в практичній діяльності підприємств в якості рівня доходності переважно використовується

співвідношення очікуваної суми доходу від реалізації інвестиційного проекту (без урахування його дисконтування) до суми інвестиційних витрат.

8.3. Ефективні методи управління інвестиційними ризиками підприємства

При виборі конкретного методу управління ризиками необхідно дотримуватися таких принципів:

- не можна ризикувати більше, ніж дозволяє власний капітал;
- не можна ризикувати більшим заради меншого;
- необхідно заздалегідь визначити ймовірні наслідки ризику;
- позитивне інвестиційне рішення необхідно приймати тільки за відсутності сумнівів, а якщо вони існують – від рішення потрібно відмовитися;
- завжди існує можливість отримання більше одного інвестиційного рішення, з яких необхідно обрати найкращий варіант.

До методів оптимізації (зниження) інвестиційних ризиків підприємств відносять: уникнення ризику, зниження його ступеня, збереження ризику за інвестором або передавання третім особам.

Уникнення ризику – ухилення від заходу (проекту), пов'язаного з ризиком. Однак бажання повного уникнення ризиків у процесі інвестування може призвести до стагнації виробництва, згортання діяльності, відмови від сфери бізнесу, у якій є такі ризики, тобто підприємство повинно повністю відмовитися від інвестиційного проекту. Цей метод управління ризиками ефективний, коли є велика ймовірність виникнення збитків.

Зниження ступеня ризику передбачає заходи, які зменшують розміри втрат або ймовірність настання несприятливих подій. Використання цього методу ефективно в ситуації, коли очікується великий розмір можливого збитку. Найбільш уживаними прийомами зниження ризику є: підготовка інвестиційних проектів високої якості з певною гарантією одержання прибутку; диверсифікація ризику; проведення різних запобіжних заходів тощо.

Збереження ризику за інвестором відбувається у випадках, коли він упевнений, що може за рахунок власних коштів відшкодувати можливу втрату капіталу. Використання методу виправдане у випадках, коли частота збитків невисока, величина потенційних збитків невелика. Методами реалізації такої стратегії може бути

самострахування, створення венчурних компаній або використання економічного прогнозування і моніторингу. До превентивних методів запобігання ризикового випадку можна віднести навчання персоналу, підвищення безпеки функціонування підприємства, придбання додаткової інформації про об'єкт інвестування. Передавання (трансфер) ризику третім особам передбачає передавання відповідальності за ризик від трансферера (сторони, що передає ризик) до трансфери (сторони, що приймає ризик).

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 9. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства

Програмна анотація

1. Значення, завдання та джерела даних для аналізу.
2. Аналіз прибутку підприємства.
3. Аналіз рентабельності діяльності підприємства.

Англо-український словник ключових термінів

Profit – прибуток

Loss – збиток

Solvency – платоспроможність

Financial stability – фінансова стабільність

Liquidity – ліквідність

Improvement reserves – резерви покращення

Теоретичний матеріал

9.1. Значення, завдання та джерела даних для аналізу

Одним із важливіших показників, який характеризує кінцеві результати діяльності підприємства в цілому або певної галузі, є рівень отриманого прибутку. В умовах ринкової економіки значення прибутку істотно зростає. Прибуток є узагальнюючим показником фінансових результатів господарської діяльності підприємства, метою його діяльності.

Але прибуток є не тільки метою діяльності підприємства, основою для ведення розширеного відтворення, а й якісним оціночним показником, який використовується товаровиробником для з'ясування альтернативних варіантів при виборі ресурсів, виду діяльності, резервів виробництва.

За допомогою прибутку визначається ефективність функціонування підприємства. Головна частина прибутку формується

як різниця між виручкою від реалізації продукції і витратами на виробництво та продаж цієї продукції. Якщо власні витрати підприємства більші за грошові надходження від реалізації, то воно зазнає збитків.

У ході аналізу необхідно розв'язати такі завдання:

- оцінити виконання плану прибутку у цілому і за окремими видами прибутків;
- виявити динаміку фінансових результатів;
- визначити вплив основних факторів на зміну суми прибутку від реалізації товарної продукції;
- оцінити рівень рентабельності виробництва продукції та підприємства в цілому;
- визначити і розрахувати резерви зростання прибутку і рівня рентабельності.

Джерелами даних аналізу фінансових результатів є:

1. Форма №1 «Баланс» (Звіт про фінансовий стан).
2. Форма №2 «Звіт про фінансові результати» (Звіт про сукупний дохід).
3. Форма №50-сг «Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств».
4. Матеріали бухгалтерського і оперативного обліку.
5. Бізнес-план підприємства.

9.2. Аналіз прибутку підприємства

У ході аналізу фінансових результатів підприємства розрізняють такі види прибутку:

1. Валовий прибуток, тобто різниця між сумами чистого доходу (виручки) від реалізації продукції і собівартості реалізованої продукції.

2. Прибуток від операційної діяльності (менший ніж перший за рахунок вирахування «адміністративних витрат» і «витрат на збут»).

3. Чистий прибуток.

Аналіз прибутку від реалізації продукції проводиться за наступними етапами:

1. Аналіз прибутку за об'єктами дослідження;
2. За сферами діяльності (інвестиційна, фінансова, операційна)
3. За організацією проведення аналізу (внутрішній, зовнішній)

4. За глибиною дослідження (експрес-аналіз, фундаментальний аналіз).
5. За масштабами діяльності (по підприємству, по окремих операціях, по структурних підрозділах)
6. За обсягом дослідження (повний, тематичний)
7. За періодом проведення (попередній, поточний, ретроспективний).

Аналіз рівня прибутку повинен доповнюватися дослідженням факторів, які на нього впливають.

Аналіз прибутку від реалізації продукції проводиться за наступними етапами:

- аналіз виконання плану за прибутком (в цілому, в розрізі окремих видів продукції);
- аналіз динаміки фінансових результатів;
- визначення впливу факторів на рівень отриманого прибутку (собівартість реалізованої продукції, структура товарної продукції, обсяг реалізації продукції, ціна реалізації продукції, її якість, ринки збуту);
- визначення резервів нарощування рівня прибутку від реалізації продукції (підвищення ціни реалізації, зниження собівартості продукції, збільшення обсягів реалізації).

Формування прибутку від реалізації будь-якого виду сільськогосподарської продукції здійснюється під впливом:

1. Кількості реалізованої продукції.
2. Середньої ціни реалізації, яка безпосередньо пов'язана із ринками продажу продукції, співвідношенням попиту і пропозиції, податками та зборами, включених в ціну реалізації продукції;
3. Собівартості реалізованої продукції (витратами на виробництво та реалізацію продукції).

4. Аналіз чистого прибутку здійснюють за даними фінансового звіту (форма № 2) і плановими даними підприємства. При цьому дається оцінка виконання плану прибутку (збитку) в цілому і за окремими його видами.

9.3. Аналіз рентабельності діяльності підприємства

Економічна ефективність – це результат діяльності, що відображає співвідношення між одержаним результатом, сукупними витратами та вкладеною працею.

Якщо сума прибутку показує абсолютний ефект від діяльності, то рентабельність характеризує міру цієї ефективності, тобто відносний ступінь прибутковості підприємства або продукції, що виробляється.

Одним з етапів аналізу є визначення факторів, що впливають на рівень рентабельності та визначення резервів її підвищення.

Залежно від мети аналізу діяльності підприємства розрізняють:

1. Рентабельність активів.
2. Рентабельність власного капіталу.
3. Рентабельність виробничих запасів.
4. Рентабельність виробництва.
5. Рентабельність реалізації.
6. Норма прибутку.

1) Рентабельність продукції – характеризує вигідність виробництва продукції, яка випускається або реалізується підприємством. Цей показник використовується при внутрішньогосподарських аналітичних розрахунках, при контролі прибутковості, при впровадженні нових видів продукції.

2) Загальний рівень рентабельності (виробництва): цей показник характеризує прибутковість підприємства відносно до всіх ресурсів, які є в розпорядженні підприємства. Такий рівень рентабельності показує, скільки прибутку приходиться на 1 грн вкладеного капіталу.

3) Рентабельність сукупних активів характеризує ефективність використання всього наявного майна підприємства.

4) Рентабельність власного (акціонерного) капіталу показує ефективність використання активів, створених за рахунок власних коштів.

Тема 10. Аналіз фінансового стану та оцінка ймовірності банкрутства підприємства

Програмна анотація

1. Завдання та джерела даних для аналізу фінансового стану.
2. Загальна оцінка балансу.
3. Аналіз основних показників фінансового стану підприємства.
4. Діагностика ймовірності банкрутства підприємства.

Англо-український словник ключових термінів

Financial position – фінансовий стан

Financial plan – фінансовий план

Bankruptcy – банкрутство

Receivables – дебіторська заборгованість

Liquidity – ліквідність

Solvency – платоспроможність

Теоретичний матеріал

10.1. Завдання та джерела аналізу фінансового стану підприємства

Для функціонування підприємства в умовах постійного загострення конкурентної боротьби необхідно вміти реально оцінити фінансовий стан як свого підприємства, так і існуючих потенційних конкурентів.

Фінансовий стан підприємства – це сукупність економічних параметрів, які відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів.

Фінансовий стан підприємства характеризує забезпеченість власними оборотними коштами, оптимальне співвідношення запасів товарно-матеріальних цінностей з потребами виробництва, своєчасне проведення розрахункових операцій, платоспроможність.

Завдання аналізу фінансового стану:

- виявлення забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами і перевірка їх цільового використання;
- оцінка ступеня виконання планових фінансових заходів, програм, плану фінансових показників;

- визначення платоспроможності підприємства і ліквідності балансу;
- оцінка дотримання фінансової, розрахункової і кредитної дисципліни;
- оцінка ефективності використання капіталу;
- оцінка ділової активності підприємства;
- своєчасне виявлення і усунення недоліків у фінансовій діяльності, пошук резервів і можливостей економного, раціонального використання фінансових ресурсів та розробка конкретних заходів щодо втілення їх у виробничий процес.

Джерелами інформації є:

1. Фінансова звітність:

- Ф. №1 «Баланс» (Звіт про фінансовий стан)
- Ф. №2 «Звіт про фінансові результати» (Звіт про сукупний дохід)
- Ф. №3 «Звіт про рух грошових коштів»
- Ф. №4 «Звіт про власний капітал»
- Ф. №5 «Примітки до річної фінансової звітності»

2. Фінансовий план.

3. Маркетингові дослідження.

4. Експертна інформація.

10.2. Загальна оцінка балансу

Загальний аналіз балансу підприємства включає:

1. Горизонтальний аналіз – це порівняння величин окремих статей, розділів і валюти балансу за декілька періодів, на підставі чого визначають напрямки і тенденції змін цих показників (абсолютний приріст, темп зростання, темп приросту). Цей аналіз називають також трендовим. У першу чергу порівнюють валюту балансу за два і більше періоди, зростання якої у загальному випадку свідчить про позитивні зміни господарської діяльності. Водночас слід звернути увагу на те, за рахунок яких розділів або статей пов'язані ці зміни. Абсолютне і відносне зростання поточних активів може свідчити не тільки про розширення виробництва і вплив фактору інфляції, але і про уповільнення обіговості капіталу, що робить необхідним збільшення його капіталу. Горизонтальний аналіз проводиться по окремих статтях балансу, по розділах балансу з виділенням окремих статей.

2. Вертикальний аналіз – дозволяє оцінити якість балансу з точки зору його структури і тенденції її зміни. Обов'язковим елементом такого аналізу є формування динамічних рядів частки окремих статей або розділів активу і пасиву балансу, що дозволяє на підставі останніх оцінювати структурні зміни і прогнозувати ці зміни. Порівнюючи структурні зміни в активі і пасиві балансу, можна судити про зміни в джерелах притоку нових коштів і напрямках їх вкладення.

Один з показників, який характеризує якість балансу, є також вартість реальних активів (виробничий потенціал), які включають:

- основні засоби (з залишкової вартості) ;
- незавершене виробництво;
- виробничі запаси;
- витрати майбутніх періодів.

Узагальнююче вираження результату аналізу балансу відображається співвідношенням темпів зростання:

- основного капіталу і майна підприємства;
- оборотного капіталу і майна підприємства;
- оборотного і основного капіталу;
- реальних активів і майна підприємства;
- власного капіталу і джерел коштів;
- обсягу реалізації і майна підприємства;
- прибутку і майна підприємства.

При значенні коефіцієнтів більше одиниці можна зробити висновок про позитивну динаміку якості балансу.

Таким чином, умовою ефективної діяльності підприємства є оптимізація структури активів, гармонізація співвідношення між різними видами майна, а також вартістю майна і фінансовими результатами.

10.3. Аналіз основних показників фінансового стану підприємства

Для оцінки фінансового стану підприємства найважливішими вважаються показники:

1. Платоспроможності і ліквідності – характеризують фінансові можливості підприємства щодо погашення заборгованості, покриття підприємством позикових коштів.

Платоспроможність – означає наявність у підприємства грошових коштів та їх еквівалентів, достатніх для своєчасного погашення своїх боргових зобов'язань. Таким чином, основними ознаками платоспроможності є:

- наявність у достатньому обсязі коштів на розрахунковому рахунку;
- відсутність простроченої кредиторської заборгованості.

Платоспроможність вимірюється коефіцієнтом платоспроможності, який розраховується як відношення грошових коштів та їх еквівалентів до суми термінових платежів на певну дату або на наступний період. Якщо коефіцієнт платоспроможності не менше одиниці, то це свідчить про платоспроможність підприємства. Аналізуючи стан платоспроможності підприємства, необхідно розглянути причини фінансових труднощів, частоту їх створення і тривалість прострочених боргів.

Ліквідність – це здатність оборотних засобів перетворюватися у грошові кошти, які необхідні для нормального функціонування підприємства, тобто можливість реалізувати наявні засоби (активи) для сплати у відповідні терміни своїх першочергових зобов'язань (пасивів), а також непередбачуваних боргів.

Для комплексної оцінки ліквідність балансу підприємства оцінюється за допомогою відносних показників:

- коефіцієнт абсолютної ліквідності – показує, яку частину поточних зобов'язань можна погасити негайно за рахунок грошових коштів та їх еквівалентів або іншими словами, скільки останніх припадає на 1 грн короткострокових позикових зобов'язань;
- коефіцієнт швидкої ліквідності – показує, яку частину поточних зобов'язань можна погасити за рахунок оборотних активів за вирахуванням «запасів»;
- коефіцієнт поточної ліквідності (покриття) – показує, скільки гривень оборотних активів припадає на 1 грн поточних зобов'язань.

2. Фінансової стійкості – характеризує співвідношення власних і залучених коштів. Фінансова стійкість (стабільність) – це надійно гарантована платоспроможність, рівновага між власними та залученими засобами, незалежність від випадковостей ринкової кон'юктури і партнерів, довіра кредиторів і інвесторів та рівень

залежності від них, наявність такої величини прибутку, який би забезпечив самофінансування.

Як показник фінансової стійкості і платоспроможності рекомендується також використовувати чистий робочий капітал, який розраховується як різниця поточних активів і поточних зобов'язань. Перевага коефіцієнтів полягає в тому, що на їх рівень не впливає інфляція, що є дуже важливо. Разом з тим необхідно врахувати, що коефіцієнти не мають універсального характеру. Їх можна розглядати як орієнтовані індикатори, що відображають найбільш болючі місця в діяльності підприємства, які потребують детального аналізу. В деяких випадках та чи інша величина коефіцієнта не відповідає загальноприйнятому стандарту в силу специфічності конкретних умов діяльності підприємства, особливості його ділової політики.

1. Прибутковості – дають можливість порівняти отриманий прибуток з вкладеним капіталом, тобто міру ефективності авансованого у виробництво і реалізацію капіталу.
2. Ділової активності – характеризує кругообіг засобів підприємства.

Стійкий фінансовий стан підприємства в ринкових умовах значною мірою обумовлюється його діловою активністю. Ділова активність підприємства проявляється через розширення ринків збуту продукції, підтримання ділової репутації (іміджу), вихід на ринок праці і капіталу тощо. Ділова активність оцінюється системою показників (коефіцієнтів), які характеризують найважливіші сторони діяльності підприємства. Досліджуючи динаміку абсолютних показників, необхідно виявити, на скільки вона відповідає їх оптимальному співвідношенню, яке дістало назву: золоте правило економіки підприємства: $\text{темپ зростання прибутку} > \text{темпу зростання виручки від реалізації} > \text{темпу зростання активів} > 100\%$,

Перше співвідношення показує, що випередження темпу зростання прибутку в порівнянні з темпом зростання обсягу реалізації свідчить про зниження собівартості продукції, як основного чинника збільшення прибутку. Якщо темпи зростання прибутку і обсягу продажів більші темпів зростання активів, то це свідчить про ефективність використання останніх.

Ділову активність підприємства характеризують показники ефективності використання робочої сили, основних виробничих фондів, оборотного капіталу, фінансових ресурсів тощо. Основна увага приділяється показникам, що характеризують оборотність

засобів або їх джерел, де, насамперед, проявляється ділова активність підприємства у фінансовій сфері. Показниками оборотності для оцінки ділової активності є:

- Коефіцієнт оборотності активів – відображена швидкість обороту сукупного капіталу, або скільки грошових одиниць реалізованої продукції припадає на одну грошову одиницю активів: визначається відношенням чистої виручки від реалізації продукції (р.035,ф.2) до середньої вартості активів (р.280,ф.1). Зворотна величина – коефіцієнт завантаження показує скільки за звітний період витрачено грошових одиниць активу на одну грошову одиницю реалізованої продукції.
- Коефіцієнт оборотності оборотних активів – показує скільки грошових одиниць продукції приносить кожна одиниця оборотних активів: відношення чистої виручки від реалізації продукції (р.035,ф.2) до середньої вартості оборотних активів (р.280,ф.1). Швидкість обороту активів багато в чому залежить від органічної будови капіталу (співвідношення основного і оборотного капіталу). Чим більше частка основного капіталу в загальній його сумі, тим повільніше він обертається, і навпаки, зі збільшенням питомої ваги оборотних активів прискорюється загальна оборотність капіталу (активів).
- Коефіцієнт оборотності виробничих запасів – відображає число оборотів запасів і дозволяє виявити резерви зростання виробництва продукції. Зниження цього показника характеризує відносне зростання товарно-матеріальних запасів, що негативно впливає на фінансовий стан підприємства: відношення собівартості реалізованої продукції (р.040+р.070+р.080,ф.2) до середньої вартості виробничих запасів (р.100,ф.1).
- Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (коштів у розрахунках) – показує кількість оборотів дебіторської заборгованості: відношення чистої виручки від реалізації продукції (р.035,ф.2) до середньої величини дебіторської заборгованості (сума р.р.150-210,ф1).
- Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості – характеризує залучені кошти, які підлягають поверненню: відношення суми закупівель [р.035,ф.2-р.170,ф.2+ сума

- р.р.100-140,ф.1] – [р.240,ф.2+р.250,ф.2+р.260,ф.2) до середньої величини кредиторської заборгованості(р.620,ф.1).
- Коефіцієнт оборотності власного капіталу - відображає швидкість обороту вкладеного власного капіталу: відношення чистої виручки від реалізації продукції (р.035,ф.2) до середньої величини власного капіталу(р.380,ф.1).

Коефіцієнти оборотності (ділової активності) безпосередньо впливають на фінансові результати діяльності підприємства, його платоспроможність. Як результат прискорення обороту вивільнюються матеріальні елементи оборотних активів (менше потрібно запасів сировини, матеріалів, палива, незавершеного виробництва та ін..) і таким чином зменшуються затрати, пов'язані з їх зберіганням. При цьому вивільнюються грошові кошти, які були вкладені в ці запаси, що сприятиме покращенню фінансового стану підприємства.

10.4. Діагностика ймовірності банкрутства підприємства.

Першочерговою задачею системи антикризового управління є саме фінансовий аналіз, який покликаний визначити фінансовий стан підприємства, виділити причини банкрутства та його особливості на конкретному підприємстві, оцінити резерви підвищення ефективності функціонування підприємства та взагалі є базою усіх подальших рішень. Це забезпечується завдяки застосуванню інструментарію діагностики банкрутства, механізмів раннього попередження та реагування, інших аналітичних прийомів. Важливе місце при цьому слід приділяти аналізу причин банкрутства та його стадій, спрямованому на ідентифікацію зовнішніх та внутрішніх чинників.

Банкрутство означає неспроможність підприємства задовольнити вимоги кредиторів та здійснювати обов'язкові платежі в бюджет. Така ситуація виникає, коли зобов'язання перевищують майно підприємства.

Для прогнозування банкрутства у світовій практиці використовується система моделей, розроблених західними спеціалістами (точність прогнозу знаходиться в межах 80-90%), зокрема:

Американський економіст Едвард Альтман у 1968 році (двофакторна модель) розробив математичну формулу, яка дозволяє визначити рівень ризику банкрутства підприємства.

$$\text{Модель Альтмана} - Z = 0,717X_1 + 0,847X_2 + 3,107X_3 + 0,42X_4 + 0,995X_5,$$

X_1 – відношення власного оборотного капіталу до сукупних активів;

X_2 – відношення чистого прибутку до сукупних активів;

X_3 – відношення фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування до сукупних активів;

X_4 – відношення балансової вартості акцій до позичкового капіталу;

X_5 – відношення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції до сукупних активів.

Значення « Z » визначає ступінь можливості банкрутства:

Якщо 1,23 і менше – ймовірність банкрутства дуже висока;

від 1,23 до 2,89 – критична;

2,91 і вище – дуже низька.

$$\text{Модель Ліса} - Z = 0,063X_1 + 0,092X_2 + 0,057X_3 + 0,001X_4, \text{ де}$$

X_1 – відношення оборотного капіталу до всіх активів;

X_2 – відношення прибутку від реалізації до всіх активів;

X_3 – відношення нерозподіленого прибутку до всіх активів;

X_4 – відношення власного капіталу до позичкового капіталу.

$$\text{Модель Таффлера} - Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4, \text{ де}$$

X_1 – відношення прибутку від реалізації продукції до короткострокових зобов'язань;

X_2 – відношення оборотних активів до зобов'язань;

X_3 – відношення короткострокових зобов'язань до всіх активів;

X_4 – відношення власного капіталу до позичкового капіталу.

Мінімальне значення $Z < 0,2$, то банкрутство більш ніж ймовірне.

Проте слід зазначити, що застосування таких моделей вимагає обережності. Тестування підприємств за допомогою цих моделей засвідчило, що вони не повною мірою підходять для оцінювання ризику банкрутства суб'єктів господарювання з таких причин: *по-перше*, ці моделі розроблялися дуже давно, 1960-70 р.р., з того часу змінилась макро- і мікроекономічна ситуація в країнах. Моделі, розраховані на основі статистичних даних того часу, не можуть правильно описати і спрогнозувати ситуацію сьогодні; *по-друге*, не може бути універсальних моделей, які б ідеально підходили для всіх

галузей економіки навіть окремо взятої країни, оскільки внаслідок особливостей різних галузей значимість окремих індикаторів істотно відрізняються.

Модель Спрінгейта: $Z = 1,3A + 3,07B + 0,66C + 0,4D$, де

A – відношення робочого капіталу до активів;

B – відношення прибутку до сплати податків до активів;

C – відношення прибутку до сплати податків до короткострокових зобов'язань;

D – відношення виручки до активів.

Якщо $Z < 0,862$ – це потенційний банкрут з ймовірністю 92%.

Модель Депаліяна: $N = 25R1 + 25R2 + 20R3 + 20R4 + 10R5$, де

R1 – коефіцієнт обороту запасів;

R2 – коефіцієнт поточної ліквідності;

R3 – коефіцієнт левериджу;

R4 – рентабельність активів;

R5 – ефективність виробництва.

Підприємство вважається фінансово стабільним при показнику N, що перевищує 100, в іншому випадку ймовірність банкрутства є високою.

Коефіцієнт Бівера, який розраховується за формулою:

$$K_b = (ЧП + А) : (ДЗ + ПЗ),$$

де ЧП – чистий прибуток; А – нарахована амортизація; ДЗ – довгострокові зобов'язання; ПЗ – поточні зобов'язання.

Якщо коефіцієнт Бівера вище 0,4 – підприємству банкрутство не загрожує. Якщо протягом тривалого періоду коефіцієнт Бівера не перевищує 0,2 – це є ознакою формування незадовільної структури балансу.

Виведення підприємства з кризової ситуації передбачає пошук ефективних форм санації, шляхом комплексного використання всіх внутрішніх і зовнішніх механізмів фінансової стабілізації. З метою скорочення дефіциту власного оборотного капіталу акціонерне підприємство може спробувати поповнити його за рахунок випуску і розміщення нових акцій і облігацій; зменшення виплати дивідендів за акціями (за умови, що вдасться переконати акціонерів у реальності програми фінансового оздоровлення і підвищення дивідендних виплат у майбутньому).

Збільшити обсяг власних фінансових ресурсів можна шляхом:

- зменшення суми постійних витрат на утримання управлінського персоналу, ремонт основних засобів тощо;
- зниження рівня змінних витрат за рахунок скорочення чисельності виробничого персоналу і зростання продуктивності праці;
- прискореної амортизації машин та обладнання;
- реалізації не використовованого майна;
- відмови від зовнішніх соціальних та інших програм, зниження інвестиційної активності підприємства і т.ін..

Якщо підприємство одержує прибуток і при цьому є неплатоспроможним, потрібно проаналізувати використання прибутку. В умовах перебування підприємства в кризовій ситуації скорочення частки участі працівників у прибутку, відрахувань у резервний і страхові фонди слід розглядати як потенційний резерв поповнення власних оборотних коштів підприємства.

Велику допомогу у виявленні резервів поліпшення фінансового стану підприємства є маркетинговий аналіз із вивчення попиту і пропозиції, ринків збуту і формуванню на цій основі оптимального асортименту і структури виробництва продукції.

Одним з основних і найбільш радикальних напрямів фінансового оздоровлення підприємства є пошук внутрішніх резервів: збільшення прибутковості виробництва і досягнення беззбиткової роботи за рахунок більш повного використання виробничої потужності підприємства, підвищення якості і конкурентоспроможності продукції, зниження її собівартості, раціонального використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, скорочення непродуктивних витрат і втрат. Основну увагу при цьому необхідно приділити питанням ресурсозбереження: впровадженню прогресивних норм, нормативів і ресурсозберігаючих технологій, використанню вторинної сировини, вивченню і впровадженню передового досвіду в здійсненні режиму економії, організації діючого обліку і контролю за використанням ресурсів, матеріального і морального стимулювання працівників за економію ресурсів і скорочення непродуктивних витрат і втрат.

ПІСЛЯМОВА

Курс лекцій надає можливість забезпечити освітній процес із підготовки здобувачів вищої освіти початкового (короткий цикл) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Облік і оподаткування» спеціальності 071 «Облік і оподаткування» з дисципліни «Економічний аналіз».

Мета курсу лекцій – допомогти здобувачам вищої освіти орієнтуватися у великому, багатогранному світі бізнесу, не тільки виживати у конкурентному середовищі, а й примножувати свої здобутки.

Програмні результати вивчення курсу:

- демонструвати базові знання економічних категорій і законів для розуміння причинно-наслідкових та функціональних зв'язків, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем;

- знати та використовувати загальнонаукові та спеціальні методи для дослідження соціально-економічної діяльності підприємств;

- розуміти місце і значення облікової, податкової, фінансово-економічної та статистичної систем в інформаційному забезпеченні користувачів обліково-аналітичної інформації у вирішенні проблем в сфері економічної відповідальності підприємств;

- визначати сутність об'єктів обліку, аудиту і оподаткування, розуміти методологію отримання облікових даних для узагальнення економічної інформації та визначення її впливу на результати господарської діяльності;

- аналізувати бухгалтерську звітність підприємств з метою забезпечення інформацією для прийняття управлінських рішень;

- розуміти механізми функціонування фінансової та податкової систем України та враховувати її особливості з метою організації обліку, вибору системи оподаткування та формування звітності на підприємствах;

- використовувати математичний інструментарій для дослідження економічних процесів, розв'язання прикладних економічних завдань в сфері обліку і оподаткування;

- застосовувати базові знання та практичні навички з технологій у галузі сільськогосподарського виробництва, переробки, зберігання та стандартизації продукції, а також екологічних процесів з метою належного ведення обліку господарських процесів підприємств.

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Базова література

1. Андреева Г. І. Економічний аналіз : навч.-метод. посібник. Київ : Знання, 2017. 263 с.
2. Економічний аналіз : навч. посіб. / Є. П. Кожанова та ін. Харків : ВД "ІНЖЕК", 2017. 344 с.
3. Економічний аналіз : підручник / Г. І. Кіндрацька та ін. Київ : Знання, 2016. 487 с.
4. Ковальчук Т. М. Теорія економічного аналізу : навч.-метод. посіб. Чернівці : Рута, 2016. 392 с.
5. Козак І. І. Економічний аналіз : навч. посіб. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2016. 217 с.
6. Непочатенко О. О. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2020. 272 с.
7. Основи економічного аналізу : навч.-метод. посіб. / В. М. Микитюк та ін. Житомир : Рута, 2018. 440 с.
8. Петряєва З. Ф., Хмеленко Г. Г. Організація і методика економічного аналізу : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. Харків : ХНЕУ, 2016. 236 с.
9. Сіменко І.В. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2017. 384 с.

Допоміжна література

1. Бобровська Н. В., Костирко А. Г. Глобалізація та її вплив на національну економіку держави. *Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: освітньо-наукові та виробничі засади* : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції 21-22 листопада 2018 р. Миколаїв : МНАУ, 2018. С. 28-31.
2. Бобровська Н. В., Костирко А. Г. Екологічна свідомість у використанні природних ресурсів. *Науковий вісник НУБіП України: серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес»*. 2016. № 249. С. 37-44.
3. Бобровська Н. В., Костирко А. Г. Роль економічного аналізу у сучасних умовах господарювання. *Стан і перспективи розвитку обліково-інформаційної системи в Україні* : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 31

- травня – 1 червня 2018 р. Тернопіль : ТНЕУ, 2018. С. 213-214.
4. Костирко А. Г., Олійник Т. Г., Костирко П. Д. Організація раціональної системи інформаційного забезпечення управління підприємством. *Modern economics*. 2019. №18. С. 74-78. URL : <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/18-2019/kostyrko.pdf/>.
 5. Харуцька О., Вишневіська О. М., Козаченко Л. А., Костирко А. Г. Пріоритетні підходи до оцінки ризиків у діяльності суб'єктів аграрного сектора. *Облік і оподаткування*. 2020. № 4 (90). С. 158-166.
 6. Klochan V., Kostyrko A., Bobrovska N. Substantiation of organizational and economic complex for increase of social responsibility of business in Ukraine. *Technology audit and production reserves*. 2018. Vol .2, №4 (40). P. 12-19.
 7. Kostyrko A., Kovalchuk A., Pysmenna A. Historical aspects of business social responsibility and perspectives for national enterprises. *Modern economics*. 2018. №11. С. 89-93. URL : <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/11-2018/kostyrko.pdf>.

Інформаційні ресурси

1. Державна служба статистики України : офіц. веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/uk>.
2. Міністерство фінансів України : офіц. веб-сайт. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>.
3. Міністерство економіки України : офіц. веб-сайт. URL: <https://www.me.gov.ua/uk-UA>.

Законодавчо-нормативні акти

1. Господарський кодекс України : від 16.01.2003 р. № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
3. Про державну статистику : Закон України від 17 вересня 1992 року № 2614-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2614-12#Text>.

4. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18 вересня 1991 року № 1560-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>.
5. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.

Навчальне видання

Економічний аналіз

Курс лекцій

Укладачі: **Вишневська** Ольга Миколаївна
Козаченко Лілія Анатоліївна
Костирко Алла Георгіївна

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 5,3
Тираж 25 прим.

Надруковано у видавничому відділі
Миколаївського національного аграрного університету
54020, м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4490 від 20.02.2013 р.