

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ

ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ

курс лекцій

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП
«Облік і оподаткування» спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
денної та заочної форми здобуття вищої освіти

МИКОЛАЇВ
2025

Друкується за рішенням науково-методичної комісії обліково-фінансового факультету Миколаївського національного аграрного університету від 03.07.2025 р., протокол № 11.

Укладачі:

- В.В. Галкін — старший викладач кафедри обліку і оподаткування Миколаївського національного аграрного університету.
- Т. В. Галкіна — головний бухгалтер Миколаївського національного аграрного університету

Рецензенти:

- О. І. Козак — начальник відділу організаційної роботи управління Південного офісу Держаудитслужби в Миколаївській області
- О. І. Мельник — кандидат екон. наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Миколаївського національного аграрного університету

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ.....	5
Тема 1. Сутність та методи фінансового аналізу	5
Тема 2. Особливості фінансового аналізу	15
МОДУЛЬ 2. АНАЛІЗ АКТИВІВ, КАПІТАЛУ ТА ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПІДПРИЄМСТВА.....	24
Тема 3. Аналіз активів та капіталу підприємства.....	24
Тема 4. Аналіз зобов'язань підприємства	30
Тема 5. Аналіз дохідності активів та фінансових результатів	35
Тема 6. Аналіз витрат підприємства	40
Тема 7. Аналіз доходів підприємства	45
МОДУЛЬ 3. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЗА ФІНАНСОВИМИ ПОКАЗНИКАМИ	50
Тема 8. Аналіз ефективності діяльності підприємства	50
Тема 9. Управління підприємством та його оцінка	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67

ВСТУП

Фінансовий аналіз у ринковій економіці являється однією із найважливіших функцій системи управління, який дає можливість визначати конкурентоспроможність підприємства, здійснювати контроль за його майновим станом, платоспроможністю, ліквідністю та фінансовою стійкістю, розробляти заходи щодо запобігання банкрутству.

Суб'єкти ринкового економічного середовища, що мають відношення до ділового життя підприємства, повинні використовувати методики фінансового аналізу для прийняття рішень, які спрямовані на оптимізацію відповідних інтересів. Завдяки комплексному фінансовому аналізу з'являється можливість зменшити невизначеність і ризик, які притаманні процесу прийняття управлінських рішень.

Фінансовий аналіз розглядається як система спеціальних знань, що дозволяє накопичувати, трансформувати і обробляти інформацію фінансового характеру та оцінювати результати її обробки.

Метою вивчення дисципліни «Фінансовий аналіз» є формування системи знань в результаті вирішення визначеного взаємозалежного набору аналітичних задач з фінансового аналізу, засвоєння здобувачами вищої освіти методів фінансового аналізу. Оволодіння теоретичними та практичними навичками щодо проведення фінансового аналізу; засвоєння особливостей при фінансовому аналізі щодо зниження невизначеності, яка пов'язана з прийняттям управлінських рішень орієнтованих на майбутнє.

Курс лекцій підготовлено відповідно до програми з навчальної дисципліни «Фінансовий аналіз». Складається із трьох змістовних модулів та дев'яти тем, які висвітлюють загальні положення здійснення фінансовий аналізу.

Курс лекцій охоплює основний теоретичний матеріал навчальної дисципліни «Фінансовий аналіз». Призначений для здобувачів вищої освіти освітньо-професійної програми «Облік і оподаткування».

МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ

Програмна анотація

- 1.1. Сутність фінансового аналізу.
- 1.2. Портфельний аналіз.
- 1.3. Матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ).
- 1.4. Методи фінансового аналізу.
- 1.5. Система цільових орієнтирів підприємства.

1.1. Сутність фінансового аналізу

Фінансовий аналіз - комплексне вивчення фінансового стану підприємства з метою оцінки досягнутих фінансових результатів, що проводиться за допомогою методів фінансового аналізу за даними фінансової звітності підприємства.

Сутність фінансового аналізу підприємства полягає у сукупності показників, що відображають наявність, розміщення і використання ресурсів підприємства, реальні і потенційні фінансові можливості підприємства.

За даними фінансової звітності підприємства проводиться фінансовий аналіз за показниками наведених у такій звітності та формуються висновки за розрахованими фінансовими коефіцієнтами при проведенні наступних аналізів.

Аналіз структури та динаміки активів підприємства. Аналіз проводиться шляхом зіставлення показників активу балансу на початок і кінець звітного періоду за видами активів, визначаються абсолютне та відносне зростання (коефіцієнт зростання) кожного виду активів.

Аналіз структури та динаміки дебіторської заборгованості. При аналізі оцінюються зміни у структурі довгострокової і поточної дебіторської заборгованості та динаміка дебіторської заборгованості на початок і кінець звітного періоду.

Аналіз структури та динаміки власного капіталу підприємства. При аналізі власного капіталу підприємства оцінюються зміни у структурі та обсягах власних фінансових ресурсів, визначаються абсолютне та відносне зростання (коефіцієнт зростання) за окремими складовими власного капіталу підприємства.

Аналіз структури та динаміки зобов'язань підприємства. При аналізі виявляються негативні тенденції щодо зростання заборгованості підприємства, визначаються абсолютне та відносне зростання (коефіцієнт зростання) за видами заборгованості.

Аналіз дохідності активів. Коефіцієнт дохідності активів показує частку сукупного доходу в одній гривні вартості активів підприємства. При незмінності вартості активів та зростанні сукупного доходу, приріст за звітний період коефіцієнта зростання дохідності активів свідчить про підвищення ефективності використання майна підприємства.

Аналіз структури та динаміки фінансових результатів. Оцінюються прибутковість кожного виду діяльності підприємства: операційної, інвестиційної та фінансової. Аналіз ефективності різних видів діяльності дає змогу визначити їх вплив на чистий прибуток підприємства.

Факторний аналіз валового прибутку (збитку). Факторний аналіз валового прибутку (збитку) свідчить про вплив зростання (зменшення) чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на валовий прибуток (збиток).

Аналіз структури та динаміки операційних витрат за економічними елементами. Аналіз витрат на виробництво продукції (робіт, послуг) за економічними елементами характеризує динаміку їх змін за звітний період проти попереднього періоду, а також дає змогу виявити елементи, які значно вплинули на зростання суми витрат операційної діяльності на одну гривню реалізованої продукції. Визначають абсолютне та відносне зростання (коефіцієнт зростання) витрат за економічними елементами.

Аналіз структури та динаміки витрат підприємства. Негативно характеризують фінансово-господарську діяльність підприємства випереджальні темпи зростання адміністративних витрат та витрат на збут порівняно з темпами зростання собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг).

Аналіз структури доходів підприємства. Збільшення коефіцієнтів зростання доходів, активів, власного капіталу та зменшення коефіцієнта зростання зобов'язань свідчить про ефективність використання активів.

Аналіз ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства. Загальна оцінка ефективності управління підприємством та використання його активів проводиться за сукупністю коефіцієнтів, які характеризують прибутковість активів, майновий стан, платоспроможність та ліквідність підприємства.

Оцінка ефективності управління за фінансовими коефіцієнтами. Узагальнення оцінки ступеня ефективності управління підприємством проводиться з метою підведення підсумків аналізу, виявлення об'єктивних та суб'єктивних причин збитковості. Показники та критерії оцінювання ефективності управління підприємством за фінансовими коефіцієнтами наведені у робочому зошиті для виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Фінансовий аналіз».

Задовільний фінансовий стан відображає стійку ліквідність, платоспроможність та фінансову стійкість підприємства, його забезпеченість власними оборотними засобами та ефективне використання ресурсів підприємства.

Незадовільний фінансовий стан характеризується неефективним розміщенням ресурсів та неефективним використанням їх, незадовільною платоспроможністю підприємства, наявністю простроченої заборгованості перед бюджетом, з заробітної плати, недостатньою фінансовою стійкістю у зв'язку з несприятливими тенденціями розвитку виробництва та збуту продукції підприємства.

1.2. Портфельний аналіз

Портфельний аналіз - це аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства, що виконується з метою визначення найбільш прибуткових та перспективних напрямів (видів діяльності) чи проектів, їх інвестування та скорочення, або призупинення інвестицій у неприбуткові або неперспективні види діяльності чи проекти.

Метою здійснення такого аналізу є досягнення конкурентних переваг, які можна реалізувати за наявності різних напрямів діяльності (різних бізнесів), а інструментом досягнення такої мети є

перерозподіл фінансових потоків між бізнес-одинацями підприємства. Визначаючи напрями інвестування, види діяльності, продукти чи проекти, які підприємство фінансуватиме, тим самим визначають напрями росту і розвитку підприємства. Призупиняючи інвестиції або забираючи кошти, деінвестуючи окремі види бізнесу, які підприємство визнало неефективними та безперспективними, тим самим здійснюють скорочення, а то й ліквідацію певних видів (напрямів) діяльності підприємства.

Таким чином, на етапі портфельного аналізу здійснюється вибір напрямів росту та розвитку підприємства через визначення напрямів здійснення інвестицій та перерозподілу внутрішньокорпоративних грошових потоків. Власне кажучи, керівництво фірми вирішує питання «у кого взяти, кому дати», тобто який із підрозділів чи продуктів слугуватиме джерелом коштів для розвитку інших.

Теоретичною базою портфельного аналізу є концепція життєвого циклу товару, крива “досвіду” (ефект масштабу) та база даних PIMS.

Концепція життєвого циклу передбачає, що продукти (товари), що знаходяться на зростаючому ринку, відчують підвищену потребу в фінансових засобах для оновлення і зростання виробництва. Якщо темп росту невеликий (це має місце на зрілих та стагнуючих ринках), то товар не потребує значного фінансування.

Бізнес-одинаці, що мають великі обсяги реалізації, користуються перевагами ефекту масштабу, що означає зниження рівня витрат і, відповідно, зростання рівня рентабельності. Найбільший за обсягами продажу підрозділ матиме найвищу рентабельність і максимальні грошові потоки.

Емпірична база даних PIMS дає статистичний матеріал для обґрунтування цих теоретичних положень на практиці.

Процес портфельного аналізу здійснюється за такою схемою:

1. Всі види діяльності підприємства розбиваються на одиниці бізнесу. Якщо ж підприємство виготовляє лише один вид продукції або здійснює єдиний вид діяльності, портфельний аналіз може здійснюватись лише для обґрунтування рішення про диверсифікацію (урізноманітнення видів діяльності).

2. За різними методиками визначаються відносна конкурентоспроможність бізнес-одинаць та перспективи розвитку відповідних ринків. Господарювання визначає такі фактори: майбутні потреби ринку; технологія, за допомогою якої задовольнятимуться

потреби; споживачі, потреби яких задовольнятимуться; регіон. Підприємство має вирішити як діяти в обраному виду господарювання, щоб отримати найкращі результати.

3. Розробляється концепція кожної бізнес-одиниці.

4. Керівництво оцінює бізнес всіх підрозділів підприємства з точки зору їх відповідності корпоративному розвитку, порівнюючи результат (прибуток) і ресурси, необхідні кожному підрозділу.

Для проведення коректного та ефективного портфельного аналізу необхідна повна і надійна інформація про стан ринку, підприємства, його конкурентів.

Недоліком методики портфельного аналізу є використання даних про поточний стан бізнесу та ринку, які не завжди можуть дати відповідь про майбутнє середовище.

1.3. Матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ)

Цей підхід пов'язує ринкові чинники діяльності підприємства з фінансовими аспектами його функціонування в коротко- та довгостроковій перспективі.

Матриця ґрунтується на критеріях темпу росту ринку (галузі) та відносній долі ринку, що належить бізнес-одиниці або нею контролюється.

Матриця БКГ «ріст /частка ринку» в основі має модель життєвого циклу товару, згідно з якою товар у своєму розвитку проходить чотири стадії:

1) вихід на ринок (товар — «знак питання» або «проблема»). Це нові продукти, що з'являються у зростаючих галузях, можуть бути перспективними, але потребують на цьому етапі істотної фінансової підтримки. Головне питання щодо таких товарів: «Коли зупинити фінансування цих продуктів і вилучити їх із корпоративного портфелю підприємства?» Якщо це зробити занадто рано — є небезпека втратити майбутню «зірку» (товар або торгову марку), тривале ж фінансування спричиняє неефективне використання коштів;

2) ріст (товари-«зірки»). «Зірка» — це ринковий лідер, що знаходиться на піку свого продуктового циклу. Вони самі приносять достатньо коштів, щоб підтримувати значну частку ринку, що динамічно зростає. Ці продукти мають привабливу позицію (велику частку ринку), доходи їх значні, але й високі витрати на підтримку

своєї лідерської позиції («зіркового» статусу), а тому чистий грошовий потік таких товарів достатньо низький, близький до нуля. Але, оцінюючи «зірки», слід враховувати, що у портфелі корпорації важливі не лише поточні доходи, а й майбутні;

3) на етапі зрілості, коли темп росту ринку уповільнюється, зірки стають «дійними коровами» чи «грошовими мішками». Це продукти або підрозділи, що займають позиції лідера на ринку. Їх переваги в тому, що, не потребуючи значних інвестицій, ці підрозділи забезпечують значні позитивні грошові потоки. Слід, проте, зауважити, що конкуренція у зрілих стагнуючих галузях жорстка, а тому необхідні маркетингові зусилля для підтримки частки ринку та пошуку нових ринкових ніш;

4) стадія спаду характеризується появою «собак на сіні» (або просто «собак»). Це підрозділ, що, не даючи віддачі, лише відтягує на себе фінансові ресурси. Такі бізнес-одиниці мають незначну частку ринку без можливостей росту, оскільки знаходяться в непривабливих галузях економіки (наприклад, через конкуренцію). Чисті грошові потоки таких одиниць бізнесу нульові або від'ємні (тобто позикові). Якщо немає особливих причин для утримання «собак» (наприклад, товар може бути супутнім товару - «зірці», або «собакою» може бути підрозділ гарантійного ремонту), від таких бізнес-одиниць слід позбавлятися.

Зв'язок бізнес-одиниць за матрицею БКГ з етапами життєвого циклу та можливими стратегіями подано у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Етапи життєвого циклу та можливі стратегії розвитку за підходом БКГ

Етапи життєвого циклу бізнес-одиниці			
Становлення	Ріст	Зрілість	Спад
Класифікація бізнес-одиниць			
«Знак питання» (або «Проблема», або «Важкі діти», або «Дикі кішки»)	«Зірка»	«Дійна корова» або «грошовий мішок»	«Собака» (інколи «собака на сіні»)
Можливі стратегії			
Інвестувати, рости	Зростати, інвестувати в підтримку позиції	Інвестувати в інші бізнес-одиниці, розвиток на основі маркетингу, дослідження і розробки	Вихід з ринку

У цілому рекомендації портфельного аналізу за матрицею БКГ зведено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Рекомендації Бостонської матриці

Види одиниці бізнесу	Прибуток	Грошовий потік	Можливі стратегії
«Знак питання», «Проблема»	Низький, нестабільний, зростає	Від'ємний	Аналіз: «чи зможе одиниця бізнесу піднятися до рівня «зірки»?
«Зірка»	Високий, стабільний, зростає	Приблизно нульовий	Інвестиції у зростання
«Дійна корова»	Високий, стабільний	Позитивний, стабільний	Підтримка прибутковості, інвестиції в інші галузі
«Собака на сіні»	Низький, нестабільний	Приблизно нульовий	Ліквідація підрозділу / «збір урожаю»

Матриця БКГ створює підґрунтя для розробки та раціоналізації стратегій “зростання”, “стабілізації” та “виведення” з ринку окремих видів продукції.

Подальші дослідження портфеля бізнесів дозволили внести уточнення, вдосконалити матрицю БКГ. Так, французький маркетинголог Жан-Жак Ламбен запропонував траєкторії руху бізнес-одиниць, що наближають цей теоретичний інструмент до реалій життя:

- траєкторія «послідовника». Це агресивна стратегія нарощування частки ринку для перетворення «проблеми» в «зірку»;
- траєкторія «невдачі». За недостатнього фінансування «зірка» втрачає лідерські позиції на ринку і стає «проблемою»;
- траєкторія «посередності». Товару - «проблемі» не вдається збільшити свою частку ринку і він перетворюється в аутсайдера - «собаку»;
- траєкторія «новатора». Інвестуючи в дослідження та розробки, науково-дослідні та проектно-вишукувальні роботи кошти, отримані від «дійних корів», підприємство виходить на ринок з товаром – «зіркою».

1.4. Методи фінансового аналізу

Методи фінансового аналізу можна поділити на кілька груп:

I. *Традиційні* (найбільш розповсюджені методи), що охоплюють такі прийоми як порівняння, групування, одно- та багатofакторні порівняння, визначення відносних величин, індексів, операції з ними, методи факторного аналізу, метод функціонально-вартісного аналізу, маржинальний аналіз та інші. Ця група методів є найбільш розробленою.

Функціонально-вартісний аналіз — відносно новий вид аналізу, і тому його методика ще не є досконалою. Предмет його вивчення в більшості випадків пов'язаний не з роботою підприємства, а з випуском та експлуатацією певних видів продукції. Такий підхід, крім традиційної виробничої інформації, потребує докладних даних щодо експлуатаційних характеристик виробів. Упровадження цього виду аналізу є доцільним у тому разі, якщо він вивчає ефективність відносно дорогої техніки з досить великими обсягами її виробництва.

Цей аналіз концентрує увагу на показниках використання продукції, ефективності її застосування у користувачів. Головні

резерви такий аналіз вбачає в удосконаленні конструкції виробу, оптимізації його окремих функцій, виявленні його слабких або навіть зайвих функціональних можливостей.

Відмова від зайвих функцій виробу, спрощення конструкції та інші технічні заходи дають змогу налагодити виробництво високоефективної техніки і при цьому скоротити витрати на нього. На жаль, реальні дослідження з використанням цього виду аналізу нині стикаються з труднощами, пов'язаними з відсутністю налагодженої системи збирання необхідної інформації від користувачів продукції.

II. *Методи економіко-математичного моделювання*, що передбачають застосування математичного апарату та обчислювальних засобів. Для їх застосування необхідні наступні умови:

- 1) постановка задачі у вигляді економіко-математичної моделі;
- 2) відповідне ресурсне забезпечення (програмне, наявність ЕОМ), колективу спеціалістів-аналітиків, що складається з економістів, спеціалістів економіко-математичного моделювання, математиків, програмістів, операторів тощо;
- 3) вдосконалення системи економічної інформації про роботу підприємства.

III. *Евристичні (інтуїтивні)* методи ґрунтуються на індивідуальній чи колективній думці спеціалістів або інших осіб, зацікавлених в ефективному розвитку прогнозованої фінансової ситуації. Ці методи в основному застосовуються під час розроблення рекомендацій, прийняття рішень, вибору альтернативного розвитку.

IV. *Специфічні методи* фінансового аналізу, застосування яких передбачено системою управління підприємством. Такі методи розроблені спеціальними консультаційними фірмами (консалтинговими групами) і стосуються аналізу та прогнозування розвитку фінансово-господарської діяльності підприємства.

1.5. Система цільових орієнтирів підприємства

Важливими базисними елементами побудови управління є визначення цільових фінансових орієнтирів підприємства.

Цільові фінансові орієнтири підприємства умовно можна поділити на групи:

I - Ідеали - найбільш загальні цільові орієнтири, що охоплюють бачення, кредо. Досягнення фінансових ідеалів у плановому періоді не передбачається, але бажано наблизитись до них.

II - Цілі - найбільш загальні орієнтири фінансово-господарської діяльності підприємства, досягнення яких передбачається в повному обсязі або в скороченому.

III - Задачі – конкретні фінансово-господарські орієнтири, що можуть бути сумарно виміряні.

Можливі два підходи до визначення фінансово-господарських цілей підприємства:

I підхід - давно відомий, - цілі встановлюються від досягнутого рівня, додаючи певний відсоток до рівня минулого року.

II підхід до встановлення корпоративних цілей передбачає поділ процесу їх визначення на ряд послідовних етапів:

- 1) визначення довгострокових цілей на плановий період;
- 2) визначення конкретних цілей (задач).

Бачення - це ідеальна картина майбутнього, той стан підприємства, який може бути досягнутий за найбільш сприятливих умов. Прикладом формування бачення можуть бути: для корпорації Apple – «Здійснити вклад у розвиток інтелектуальних засобів, що вдосконалюють людство»; для компанії Disney – «Робити людей щасливими». Бачення найчастіше не підкреслює бажання отримати прибуток, воно об'єднує ідеали всіх учасників в єдиний еталон цінностей.

Кредо - частина корпоративної культури підприємства, буквально «те, у що вірю». Цілі (мета) - виражають окремі конкретні напрями фінансово-господарської діяльності підприємства.

Задачі - цільові орієнтири, що встановлюються у процесі оперативного (тактичного) планування у поточному періоді, мають короткий (до одного року) період виконання, часто сумарно виміряні, конкретно визначені, передбачають виконавців, точний термін виконання, відповідальних осіб. Кредо, що теж належить до ідеалів, є системою моральних цінностей, що прийняті і поділяються на підприємстві у взаємовідносинах із співробітниками, партнерами, споживачами, посередниками, навколишнім середовищем. Кредо - частина корпоративної культури підприємства, буквально «те, у що вірю».

Цілі (мета) - на відміну від місії, виражають окремі конкретні напрями діяльності підприємства.

Важливість їх визначення пов'язана з тим, що вони лежать в основі прийняття будь-якого управлінського рішення на підприємстві та є орієнтиром для формування конкретних планових показників.

Задачі - цільові орієнтири, що встановлюються у процесі оперативного (тактичного) планування у поточному періоді, мають короткий (до одного року) період виконання, часто кількісно виміряні, конкретно визначені, передбачають виконавців, точний термін виконання, відповідальних осіб.

ТЕМА 2. ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ

Програмна анотація

- 2.1. Зовнішній і внутрішній фінансовий аналіз.
- 2.2. Основні прийоми фінансового аналізу.
- 2.3. Джерела аналізу фінансових показників підприємства.
- 2.4. Інформаційна база фінансового аналізу.
- 2.5. SWOT-аналіз фінансового балансу.

2.1. Зовнішній і внутрішній фінансовий аналіз

В умовах динамічного розвитку бізнесу керівництву для ухвалення рішень необхідні дані про зовнішнє і внутрішнє середовище, що постійно поновлюється, результати їх інтерпретації та аналізу. Динамічний облік, виступаючи інформаційною базою для фінансового аналізу, дозволяє оперативно враховувати шанси і ризики, що виникають у підприємства, завчасно визначити їх можливий вплив на прибуток.

Фінансовий аналіз, що ґрунтується на даних публічної фінансової звітності, характеризується як зовнішній аналіз, тобто аналіз, проведений за межами підприємства зацікавленими контрагентами, власниками, або державними органами.

Внутрішній фінансовий аналіз полягає в обґрунтуванні та реалізації бізнес-планів, аналізі системи маркетингу, собівартості продукції (робіт, послуг), обсягу виробництва та прибутку тощо, також може бути доповнений іншими аспектами такими, як аналіз стану запасів, аналіз стану дебіторської і кредиторської заборгованості.

Як зовнішній, так і внутрішній фінансовий аналіз диференціюються залежно від періоду їх проведення на поточний (ретроспективний), оперативний та перспективний.

Поточний фінансовий аналіз здійснюється після закінчення звітного періоду (місяця, кварталу, року). Основними завданнями поточного (або ретроспективного, бо вивчається діяльність підприємства за час, що минув) аналізу виступають: об'єктивна оцінка результатів фінансово-господарської діяльності, виявлення невикористаних резервів, недоліків у роботі, їх винуватців, накреслення шляхів мобілізації виявлених резервів.

Оперативний аналіз здійснюється повсякденно, він наближений за часом до моменту здійснення певних економічних процесів, що відбуваються в ході фінансово-господарської діяльності підприємства, виступає знаряддям оперативного управління нею. Особливістю проведення оперативного аналізу є використання не звітної, а оперативної інформації – первісних бухгалтерських та інших документів, матеріалів контролю, спостереження, рапортів, нарядів тощо.

Перспективний аналіз базується на вивченні різноманітних явищ у сфері фінансової діяльності з метою прогнозування на майбутнє. Використовується як база для прогнозування обсягів реалізації продукції, витрат на її виробництво, рентабельності, вибору варіантів інвестування фінансових ресурсів.

Залежно від обсягу аналітичного дослідження фінансовий аналіз може бути як повним (комплексним), тобто охоплюючи усі аспекти оцінки фінансового стану підприємства, так і тематичним – таким, що здійснюється за певним одним напрямком (аналіз ліквідності балансу підприємства тощо).

Згідно об'єкту фінансового аналізу він поділяється на:

- 1) аналіз фінансової діяльності підприємства в цілому;
- 2) аналіз фінансової діяльності окремих структурних підрозділів підприємства;
- 3) аналіз окремих фінансових операцій діяльності підприємства.

2.2. Основні прийоми фінансового аналізу

Практика оцінювання фінансового стану підприємств опрацювала основні прийоми фінансового аналізу інформації, що міститься у фінансовій звітності підприємства, до яких належать:

1) *горизонтальний (часовий) аналіз* – дослідження динаміки показників з розрахунком абсолютних і відносних змін (наприклад, у балансі - звіті про фінансовий стан) – порівняння показників на кінець періоду з показниками на початок періоду; у звіті про фінансові результати (звіті про сукупний дохід) – порівняння показників звітного періоду з показниками попереднього періоду);

2) *вертикальний (структурний) аналіз* – визначення структури фінансово-економічних показників, тобто частки окремих статей звітності у загальному підсумковому показнику (наприклад, структура активів, пасивів, доходів, фінансових результатів, операційних витрат і та ін.).

3) *трендовий аналіз* – порівняння показників звітності за інформацією декількох періодів для визначення тренду, тобто основної тенденції динаміки показників. Це дає змогу здійснювати екстраполяцію (прогнозування) найважливіших фінансово-економічних показників на наступні періоди, а отже, проводити перспективний аналіз фінансового стану;

4) *аналіз відносних показників (коефіцієнтів)* – розрахунок відношень між окремими позиціями однієї або різних форм звітності, визначення взаємозв'язків між показниками;

5) *порівняльний аналіз* – внутрішньогосподарський порівняльний аналіз зведених показників консолідованої звітності материнського підприємства та показників звітності його дочірніх підприємств (філій), а також міжгосподарський аналіз для порівняння показників певного підприємства із середньогалузевими показниками, показниками підприємств-конкурентів, передових підприємств, закордонних підприємств тощо;

6) *факторний аналіз* проводиться для визначення впливу факторних показників на зміну результативних показників;

7) *маржинальний аналіз* – метод оцінювання й обґрунтування управлінських рішень у бізнесі на основі поділу витрат на змінні та постійні, дослідження причинно-наслідкових зв'язків між обсягом продажу, собівартістю та прибутком.

Таким чином, у процесі проведення фінансового аналізу використовуються різноманітні методи, способи та прийоми. Їх кількість і широта застосування визначаються у кожному конкретному випадку залежно від мети і завдань аналітичного дослідження фінансових показників.

2.3. Джерела аналізу фінансових показників підприємства

Джерелами аналізу фінансових показників діяльності підприємства є форми фінансової звітності, плани (прогнози) розвитку підприємства або бізнес-плани розвитку окремих напрямків діяльності. Баланс (форма 1) -найчастіше уживана форма звітності щодо аналізу показників фінансового стану підприємства. Вивчення даних балансу у динаміці дозволяє виявити та спрогнозувати основні тенденції змін вартості і структури активів і пасивів підприємства.

Будують баланс-нетто, за яким можна вивчити структуру активів і пасивів, а також уточнити оцінку майна підприємства. Так, щоб визначити чисту вартість активів, слід з підсумку балансу вирахувати резерв майбутніх платежів, доходи майбутніх періодів та непокриті збитки звітного та минулих років.

Основними напрямками аналізу фінансового стану підприємства є:

- аналіз структури активів та пасивів підприємства;
- аналіз фінансової стійкості та незалежності;
- аналіз платоспроможності та ліквідності балансу;
- аналіз рентабельності;
- аналіз ділової активності (оборотності обігових коштів);
- прогнозування ймовірності банкрутства.

Вивчення статей та підсумків балансу дозволяє скласти певний висновок про фінансовий стан підприємства та особливості його діяльності. Це так зване “читання балансу” - проста лічильна перевірка балансу за формальними ознаками і, по суті, за змістом статей і розділів (перевірка валюти балансу і всіх проміжних підсумків). Вивчають структуру майна і джерел його утворення, причини зміни складових майна і джерел; дають оцінку майнового стану підприємства.

Вважають позитивним зростання в динаміці вартості активів на кінець року порівняно з початком. Це означає зростання вартості майна підприємства, нарощення обсягів його діяльності. Негативно слід оцінити зменшення вартості активів на кінець року, що свідчить про певне згортання обсягів діяльності підприємства.

В балансі підприємства позитивної оцінки заслуговує збільшення:

в активі балансу:

- залишків грошових коштів;

- поточних та довгострокових фінансових інвестицій;
- основних засобів, незавершеного будівництва, нематеріальних активів;

- інвестиційної нерухомості;

в пасиві балансу:

- власного капіталу;
- доходів майбутніх періодів;
- довгострокового забезпечення і фінансування.

Негативної оцінки заслуговує:

- різке зростання дебіторської та кредиторської заборгованості в активі та пасиві балансу;

- наявність та збільшення на кінець періоду непокритого збитку;

- зменшення власного оборотного капіталу (розраховується як різниця між оборотними коштами підприємства та його поточними зобов'язаннями):

$$\text{ВОК} = \text{ОА} - \text{ПЗ},$$

де ВОК — власний оборотний капітал, тис. грн;

ОА — оборотні активи підприємства (підсумок II розділу активу балансу), тис. грн;

ПЗ — поточні зобов'язання підприємства (підсумок III розділу пасиву балансу), тис. грн.

Цей показник характеризує джерела фінансування оборотних коштів підприємства, а його зменшення означає залучення до фінансування оборотних активів залучених коштів і загрозу поточній платоспроможності підприємства.

Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності” визначають такі види діяльності підприємства: операційну, фінансову та інвестиційну.

Операційна діяльність визначена як основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою діяльністю. Основна діяльність — це операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу. Прикладами руху коштів від операційної діяльності є: надходження коштів від реалізації продукції (товарів, послуг); надходження коштів за надання права користування операційними активами (оренда, лізинг, ліцензії тощо); платежі постачальникам; виплати працівникам тощо.

Фінансова діяльність - діяльність, що призводить до змін розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства. Прикладом руху коштів є: випуск акцій (зумовлює збільшення власного капіталу); отримання позик та їх погашення; викуп акцій власної емісії; виплата дивідендів.

Інвестиційна діяльність - придбання та реалізація тих фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів грошових коштів. (Еквівалентами грошових коштів вважаються короткострокові високоліквідні фінансові інвестиції, що можуть бути вільно конвертовані та характеризуються незначним ризиком зміни їх вартості. Зазвичай це високоліквідні інвестиції в цінні папери на строк, що не перевищує три місяці, казначейські векселі, сертифікати тощо). Прикладами руху коштів від інвестиційної діяльності є: платежі, пов'язані з придбанням основних засобів та нематеріальних активів; надходження коштів від продажу необоротних активів; надання позик іншим підприємствам; надходження коштів від фінансових інвестицій (дивіденди, відсотки).

2.4. Інформаційна база фінансового аналізу

Основною інформаційною базою для проведення зовнішнього фінансового аналізу є фінансова звітність підприємства, яка складається із наступних форм.

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

Додатковою інформаційною базою для проведення внутрішнього фінансового аналізу: статистична звітність: форма № 1-підприємництво «Звіт про основні показники діяльності підприємства»; для сільськогосподарських підприємств - форма № 50-сг «Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств»; податкова звітність - декларація про податок на прибуток підприємства; дані рахунків бухгалтерського обліку (44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)», рахунки класів 7 «Доходи і результати діяльності», 8 «Витрати за елементами», 9 «Витрати діяльності»); первинні документи (розрахунки, довідки,

накладні, рахунки тощо), облікові реєстри; бізнес-план підприємства, фінансовий план (розрахунковий баланс доходів і витрат), матеріали маркетингових досліджень, висновки аудиторських перевірок, результати попередніх аналітичних досліджень.

Інформаційною базою фінансового аналізу також можуть бути:

- засоби масової інформації;
- технічна документація, матеріали рекламних публікацій, прайс-листи, річні звіти акціонерних товариств, інші публікації;
- «конструювання навпаки» (метод, що передбачає придбання та вивчення конструкцій виробів фірм-конкурентів з метою копіювання конкурентних переваг);
- опитування споживачів та різноманітні форми анкетування;
- інші методи, зокрема промислове шпигунство.

Підприємство може формувати базу даних про середовище наступними способами:

1) моніторинг, тобто безперервне спостереження. Ця система збору інформації найдорожча (найвартісніша), а тому найчастіше використовується лише під час вивчення окремих найважливіших аспектів діяльності підприємства, таких як курс валют, ціни на ресурси або біржові ціни на продукцію, товарообіг (для торговельного підприємства);

2) періодичні або регулярні системи збору інформації (щомісячний, щоквартальний аналіз середовища). Наприклад, регулярне поповнення бази даних про правове середовище або систему оподаткування тощо;

3) разові (іррегулярні) системи збору інформації. Разовий збір інформації проводиться за потребою, наприклад, перед випуском нової продукції на ринок. Такий збір інформації може стосуватися окремого аспекту середовища і бути дуже ґрунтовним (наприклад, маркетингове вивчення середовища).

Обмеженням щодо формування бази даних про середовище є час, необхідний для прийняття рішення та вартість збору інформації (тобто, час і гроші). Чим коротший період для прийняття рішення, тим менше часу залишається для вивчення середовища. Інколи зібрати всю інформацію про явище чи середовище буває неможливим (через так звану «об'єктивну непізнаність» середовища) або занадто дорогим. Тоді рішення приймається з певним ризиком без додаткового вивчення середовища.

Зберігання інформації на електронних носіях та застосування обчислювальної техніки дозволяють скоротити час та покращити як якість обробки інформації, так і якість управлінського рішення.

2.5. SWOT-аналіз фінансового балансу

SWOT-аналіз (або метод складання фінансового балансу) передбачає вивчення як факторів зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Назва методу походить від перших літер англійських слів:

S - strength - сила (сильні сторони)

W - weakness - слабкість (слабкі сторони)

O - opportunities - можливості, шанси

T - threats - загрози, небезпеки

Сильні та слабкі сторони виділяють у внутрішньому середовищі підприємства, можливості та загрози - у зовнішньому.

Силами (сильними сторонами) називають види діяльності підприємства, що успішно здійснюються, чи активи, що ефективно використовуються. Прикладами сильних сторін можуть бути нові, високопродуктивні основні засоби, прогресивна технологія, кваліфікований персонал, налагоджені зв'язки, постачальники чи підрядчики, висока якість менеджменту.

Слабкими сторонами підприємства є види діяльності, в яких підприємство не має успіху, чи активи, що неефективно використовуються. Прикладом може бути застаріле обладнання, ресурсомісткі технології, висока плинність та низька кваліфікація кадрів, низька якість управлінських рішень, невдале місце розташування підприємства.

Можливості - це позитивні явища і тенденції зовнішнього середовища, що сприяють досягненню цілей підприємства (збільшенню прибутку чи обсягів реалізації). Це можуть бути позитивні зміни у попиті, прорахунки конкурентів, позитивні зміни на ринку ресурсів, зміна податкового законодавства, підтримка з боку держави, поява крупних замовників.

На противагу їм - *загрози, небезпеки*, - негативні зміни і тенденції зовнішнього середовища, які перешкоджають досягненню цілей підприємства.

Найбільші загрози для підприємства виникають тоді, коли негативний розвиток ситуації накладається на слабкі сторони

підприємства, а найкращі можливості - це позитивні явища, за яких підприємство має змогу проявити або використати свої сильні сторони.

Таким чином, може складатися фінансовий баланс - це певне поєднання факторів зовнішнього оточення, що позитивно та негативно впливають на діяльність підприємства (оцінюються суб'єктивно) з відносно сильними чи слабкими сторонами у функціонуванні підприємства.

Оцінка та поєднання факторів середовища допомагають сформуванню концепції підприємства (рис. 2.1).

Внутрішнє Середовище	Зовнішнє середовище	
	<i>O</i> Можливості	<i>T</i> Загрози
<i>S</i> Сили	Поле <i>SO</i>	Поле <i>ST</i>
<i>W</i> Слабкості	Поле <i>WO</i>	Поле <i>WT</i> Поле «кризи»

Рис. 2.1. Матриця SWOT-аналізу фінансового балансу

На основі поєднання факторів можуть бути сформовані такі типові концепції (спосіб розуміння, план):

- для поля *SO* - концепція підтримки та розвитку сильних сторін у напрямку реалізації шансів зовнішнього середовища;
- для поля *WO* - розробка концепції подолання слабкостей за рахунок можливостей, що надає зовнішнє середовище;
- для поля *ST* - передбачається концепція використання сильних сторін підприємства з метою пом'якшення (усунення) загроз;
- для “кризового” поля *WT* — найскладніша для реалізації концепції одночасного подолання загроз і слабкостей підприємства.

SWOT-аналіз фінансового балансу як метод обробки інформації доцільний в управлінні великими підприємствами, який можна проводити раз на квартал. Метод, хоча часто не дає чітких відповідей і на практиці оцінювання факторів є досить неоднозначним, все ж таки дозволяє впорядкувати інформацію, об'єктивно оцінити реальні шанси підприємства.

Загалом SWOT-аналіз фінансового балансу бажано проводити у три етапи:

I - діагностика (тобто оцінка усіх факторів зовнішнього та внутрішнього середовища і розподіл їх на чотири групи: можливості, загрози, сили та слабкості).

II - складання «фінансового балансу», тобто матриці SWOT-аналізу.

III - прогнозування тенденцій розвитку шансів та загроз.

На цьому етапі прогнозуються тенденції розвитку для кожного обраного фактора зовнішнього середовища: розробляються рекомендації, що посилюють переваги і усувають внутрішні недоліки; визначаються бажані та можливі стани підприємства; формулюються концепції для кожного напрямку господарської діяльності.

Прогнозування має особливо важливу роль для SWOT-аналізу фінансового балансу: до реалізації можливостей та усунення загроз підприємство повинно бути готовим, тобто слід передбачити виникнення позитивних та негативних явищ у зовнішньому середовищі.

МОДУЛЬ 2. АНАЛІЗ АКТИВІВ, КАПІТАЛУ ТА ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПІДПРИЄМСТВА

ТЕМА 3. АНАЛІЗ АКТИВІВ ТА КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Програмна анотація

3.1. Аналіз активів підприємства.

3.2. Аналіз дебіторської заборгованості.

3.3. Аналіз структури капіталу підприємства.

3.1. Аналіз активів підприємства

Активи – ресурси, контрольовані підприємством в результаті минулих подій, використання яких, як очікується, призведе до отримання економічних вигод у майбутньому.

Усі активи підприємства поділяють на три групи:

- 1) необоротні;
- 2) постійна частина оборотних активів;
- 3) змінна частина оборотних активів.

Необоротні активи - це матеріальні та нематеріальні ресурси, які є на балансі підприємства і строк корисної експлуатації яких, як очікується, становить більше одного року.

Необоротні активи складаються з:

- основних засобів (будинки та споруди; машини та обладнання; транспортні засоби; інвентар; інші основні засоби.);
- інших необоротних матеріальних активів (бібліотечні фонди; малоцінні необоротні матеріальні активи);
- нематеріальних активів (програмне забезпечення; авторські та суміжні з ними права; інші нематеріальні активи).

Постійні оборотні активи – це та частина оборотних активів, яка необхідна для забезпечення мінімальних потреб безперебійного функціонування (мінімальний залишок грошових коштів на поточних рахунках для покриття поточних витрат, мінімальний страховий запас сировини та матеріалів).

Змінна частина оборотних активів - різниця між фактичною і мінімальною потребою в оборотних активах.

У зв'язку із залученням різних джерел фінансування до формування активів та співвідношення між ними розрізняють три види політики по формуванню активів підприємства: консервативну, агресивну і компромісну.

Консервативна політика передбачає використання власного капіталу та залучених довгострокових зобов'язань для формування необоротних активів, постійної частини оборотних активів та змінної частини оборотних активів. За рахунок короткострокових зобов'язань фінансується лише половина змінної частини оборотних активів, якщо в цьому виникає потреба.

Сутність *агресивної* політики полягає у тому, що власний капітал і довгострокові зобов'язання, які разом становлять постійні пасиви підприємства, використовуються лише для формування необоротних активів. За рахунок короткострокових зобов'язань фінансуються усі оборотні активи.

Компромісна політика — дозволяє досягти компромісу між вартістю капіталу та ризиком недостатності фінансових ресурсів. Ця політика передбачає фінансування необоротних активів та постійної частини оборотних активів за рахунок довгострокових власних та залучених джерел коштів, а змінної частини оборотних активів - за рахунок короткострокових (поточних) зобов'язань.

Основними складовими фінансового аналізу діяльності підприємства є:

горизонтальний фінансовий аналіз, який проводиться з метою вивчення динаміки окремих фінансових показників, розрахованих за даними фінансової звітності за певний період часу. Розраховуються абсолютні і відносні зміни, темпи росту (приросту) окремих показників (доходу, витрат, активів тощо) за ряд періодів і визначаються загальні тенденції їх змін;

вертикальний фінансовий аналіз, який базується на порівнянні питомої ваги окремих структурних складових;

порівняльний фінансовий аналіз, який проводиться для зіставлення планових та фактичних показників, фактичних та нормативних (галузевих, загальних) показників. Порівнюються такі показники, як: обсяг реалізації продукції, собівартість продукції, ціни на готову продукцію тощо;

аналіз фінансових коефіцієнтів, який полягає у зіставленні показників звітності та/або фінансового плану з метою розрахунку коефіцієнтів: коефіцієнт платоспроможності (ліквідності), оцінки оборотності активів, фінансової стабільності підприємства тощо;

факторний фінансовий аналіз, який проводиться для оцінки впливу окремих чинників на рівень відповідних результативних показників.

Аналіз структури та змін у вартості активів підприємства проводиться шляхом зіставлення показників активу балансу на початок і кінець звітного періоду за видами активів. Визначаються абсолютне та відносне зростання (коефіцієнт зростання) кожного виду активів.

Якщо коефіцієнт зростання вартості активів (Кв.а.) менше одиниці, то це свідчить про скорочення підприємством у звітному періоді господарської діяльності.

У разі, якщо коефіцієнт зростання всіх активів є меншим, ніж коефіцієнти зростання:

запасів ($\text{Кв.а.} < \text{Кз}$), то проводиться додаткове вивчення питання на предмет визначення структури запасів. Непропорційне зростання запасів призводить до надлишкового накопичення виробничих запасів, зростання обсягів готової продукції на складі тощо;

незавершених капітальних інвестицій ($\text{Кв.а.} < \text{Кн.к.і.}$), то аналізується ефективність інвестицій;

довгострокових фінансових інвестицій ($K_z < K_{д.ф.і.}$), то проводиться аналіз ефективності та обґрунтованості відповідних фінансових вкладень.

Якщо вартість незавершених капітальних інвестицій є незмінною або несуттєво зменшується ($0,9 \leq K_{н.к.і.} \leq 1$), то доцільно проаналізувати стан та характеристики зазначених об'єктів, перспективи завершення будівництва.

Зростання запасів, непропорційне зростанню доходів, може свідчити про уповільнення їх обороту, відволікання фінансових ресурсів і погіршення фінансового стану підприємства. Тенденції оборотності запасів характеризує відповідний коефіцієнт ($K_{об.зап.}$), який розраховується як відношення чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) до вартості запасів ($K_{об.зап.} = \text{форма 2 рядок 2000} / \text{форма 1 рядок 1100}$). Зменшення значення $K_{об.зап.}$ на кінець звітної періоду в порівнянні з його значенням на початок року свідчить про уповільнення обороту запасів. За таких умов доцільно проаналізувати причини надлишкового накопичення запасів та збільшення обсягів незавершеного виробництва, залишків готової продукції, відволікання активів з виробничого обороту.

3.2. Аналіз дебіторської заборгованості

Дебітори - юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів.

Дебіторська заборгованість - сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату.

Довгострокова дебіторська заборгованість - сума дебіторської заборгованості, яка не виникає в ході нормального операційного циклу та буде погашена після дванадцяти місяців з дати балансу.

Поточна дебіторська заборгованість - сума дебіторської заборгованості, яка виникає в ході нормального операційного циклу або буде погашена протягом дванадцяти місяців з дати балансу.

Безнадійна дебіторська заборгованість - поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує впевненість про її неповернення боржником або за якою минув строк позивної давності.

Зростання дебіторської заборгованості оцінюється негативно і також потребує встановлення та аналізу причин росту. В певній мірі виправданням росту дебіторської заборгованості може бути

зростання обсягів реалізації продукції і діяльності в цілому. Необхідно також встановити частку сумнівної та безнадійної заборгованості, наявність якої погіршує фінансовий стан підприємства, його платоспроможність і ліквідність.

При аналізі оцінюються зміни у структурі довгострокової і поточної дебіторської заборгованості та динаміка дебіторської заборгованості на початок і кінець звітного періоду. При суттєвому зростанні (більше 10 %) суми виданих авансів проводиться аналіз обґрунтованості спрямування фінансових ресурсів на авансування розрахунків.

3.3. Аналіз структури капіталу підприємства

Основною метою аналізу структури капіталу є формування такого співвідношення між власним та залученим капіталом, яке дозволяє отримати вищий ступінь фінансової стійкості та ефективності використання капіталу.

Структура капіталу залежить від:

- 1) галузевих особливостей діяльності підприємства;
- 2) тривалості операційного циклу (проміжок часу між придбанням запасів для здійснення діяльності та отриманням коштів);
- 3) стадії життєвого циклу підприємства (товар життєздатний на ринку і забезпечує досягнення цілей продавця);
- 4) ступеня конкурентоспроможності продукції;
- 5) кон'юнктури товарних та фінансових ринків;
- 6) рівня прибутковості діяльності підприємства.

Якщо підприємство має високий рівень рентабельності (прибутковості), це забезпечує капіталізацію прибутку, а тому можна менше використовувати залучені кошти.

У процесі оцінки і прогнозування структури капіталу приймають до уваги такі показники:

- 1) середні темпи росту фінансових ресурсів, які формуються з власних джерел;
- 2) мінімальну частину власного капіталу в загальному обсязі капіталу;
- 3) рентабельність власного капіталу;
- 4) співвідношення оборотних та необоротних активів підприємства;

5) мінімальний рівень ліквідних активів, що забезпечують поточну платоспроможність підприємства.

Власний капітал - різниця між активами і зобов'язаннями підприємства.

Розрізняють два види ризиків діяльності підприємства:

1) фінансовий (пов'язаний із використання залученого капіталу під час формування джерел коштів підприємства);

2) підприємницький - це ризикованість вкладів в активи підприємства, яке не має боргів. Сутність його - невпевненість в одержанні майбутнього прибутку в результаті дії таких чинників, як:

- зміна ринкової ситуації (падіння цін та попиту на продукцію підприємства);
- зміна цін на ресурси;
- високий рівень операційного важеля (левериджу) - управління прибутком підприємства, який ґрунтується на оптимізації співвідношення між постійними та змінними витратами. Він показує, наскільки зміни в обсязі продажів впливають на операційний прибуток підприємства.

Рівень підприємницького ризику залежить від частки постійних витрат у загальній сумі витрат, тобто від рівня операційного важеля. Чим вищою є частка постійних витрат у загальних, тим чутливішою є величина отриманого прибутку до зміни ринкових умов.

Високий рівень операційного важеля і, відповідно, підприємницького ризику, характерний для високотехнологічних, капіталомістких підприємств, виробничі процеси яких автоматизовані і механізовані. Для таких підприємств характерний низький рівень живої праці узагалі і ручної праці зокрема, високий рівень фондоозброєності праці, багатосерійне або масове виробництво за допомогою високопродуктивного обладнання і прогресивних технологій. Крім того, технологічні особливості виробництва таких підприємств часто вимагають високого рівня завантаженості виробничих потужностей, що виключає невеликі обсяги виробництва. (Прикладом може бути сталеливарне виробництво в конвекторних чи доменних печах, залізничні перевезення масових вантажів тощо). Тому такі підприємства не здатні виконувати дрібні замовлення і у разі падіння попиту на ринку чи інших змінах кон'юнктури вимушені взагалі зупиняти виробництво.

У періоди погіршення ринкової кон'юнктури підприємства з високим рівнем постійних витрат більш чутливі до падіння цін та

обсягів реалізації, ніж ті, для яких характерний низький рівень постійних витрат.

При аналізі власного капіталу підприємства оцінюються зміни у структурі та обсягах власних фінансових ресурсів.

Визначаються абсолютне та відносне зростання (коефіцієнт зростання) за окремими складовими власного капіталу підприємства.

Якщо коефіцієнт зростання власного капіталу менший від коефіцієнта зростання активів підприємства ($K_{в.а.} > K_{в.к.}$), то це свідчить про скорочення обсягів власних джерел фінансування діяльності підприємства (прибутку, використання резервів, уцінки активів тощо).

Якщо коефіцієнт зростання власного капіталу збільшується за рахунок проведеної дооцінки необоротних активів і перевищує значення коефіцієнта зростання активів підприємства та/або значення коефіцієнта зростання власного капіталу ($K_{д.а.} > K_{в.а.}$ та/або $K_{д.а.} > K_{в.к.}$), проводиться аналіз обґрунтованості проведеної дооцінки вартості активів та можливого штучного завищення власного капіталу (аналіз проводиться за додатково наданою підприємством інформацією). При суттєвому зростанні суми уцінки проводиться аналіз обґрунтованості зниження вартості активів.

ТЕМА 4. АНАЛІЗ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПІДПРИЄМСТВА

Програмна анотація

- 4.1. Сутність зобов'язання.
- 4.2. Аналіз платоспроможності та ліквідності балансу.
- 4.3. Аналіз структури та динаміки зобов'язань підприємства.

4.1. Сутність зобов'язання

Зобов'язання визнається, якщо його оцінка може бути достовірно визначена та існує ймовірність зменшення економічних вигод у майбутньому внаслідок його погашення. Якщо на дату балансу раніше визнане зобов'язання не підлягає погашенню, то його сума включається до складу доходу звітного періоду.

Поточні зобов'язання - зобов'язання, які будуть погашені протягом операційного циклу підприємства або повинні бути погашені протягом дванадцяти місяців, починаючи з дати балансу.

Поточні зобов'язання включають:

- короткострокові кредити банків;
- поточну кредиторську заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями, за товари, роботи, послуги, за розрахунками з бюджетом, у тому числі з податку на прибуток, за розрахунками зі страхування, за розрахунками з оплати праці, за розрахунками з учасниками, за розрахунками із внутрішніх розрахунків;
- короткострокові векселі видані;
- поточні забезпечення (на виплату відпусток працівникам; додаткове пенсійне забезпечення; виконання гарантійних зобов'язань);
- інші поточні зобов'язання.

Довгострокові зобов'язання - всі зобов'язання, які не є поточними зобов'язаннями.

До довгострокових зобов'язань належать:

- довгострокові кредити банків;
- інші довгострокові зобов'язання;
- відстрочені податкові зобов'язання;
- довгострокові забезпечення.

Забезпечення - зобов'язання з невизначеними сумою або часом погашення на дату балансу.

Зобов'язання використовуються при проведенні аналізу фінансового стану підприємства для визначення його платоспроможності та ліквідності.

4.2. Аналіз платоспроможності та ліквідності балансу

Платоспроможність — це здатність сплачувати зовнішні і внутрішні зобов'язання підприємства. Показники платоспроможності підприємства цікавлять насамперед зовнішніх користувачів звітності.

Платоспроможність оцінюється через показники ліквідності балансу.

Розрізняють ліквідність активів і ліквідність балансу.

Ліквідність активу - це здатність активу швидко перетворюватись в готівку без значної втрати ринкової вартості.

Класифікація активів за ступенем їх ліквідності умовна, і на кожному конкретному підприємстві групування активів може бути

своїм. Окремі необоротні активи на практиці можуть мати вищий ступінь ліквідності, тобто швидше і з меншими втратами перетворюватись у готівку, ніж готова продукція на складах, незавершене виробництво, дебіторська заборгованість.

Ліквідність балансу - це здатність підприємства швидко мобілізувати активи для оплати зовнішніх зобов'язань - пасивів. Підприємство вважається ліквідним, якщо воно здатне погасити свої короткострокові зобов'язання у короткий термін.

Підприємство вважається платоспроможним, якщо його активи більші, ніж зовнішні зобов'язання, тобто воно в змозі погасити свою заборгованість на певну дату. Для цього треба, щоб активи підприємства перевищували суму довгострокової та короткострокової заборгованості підприємства.

Про перспективну ліквідність балансу говорять, якщо виконуються умови, наведені в табл. 4.1.

Вказані співвідношення показують рівень прогностичної платоспроможності. Останнє співвідношення характеризує забезпеченість необоротних активів постійними пасивами.

Таблиця 4.1

Активи	Більше, менше	Пасиви
Сума найбільш ліквідних активів та активів, що швидко реалізуються (гроші + цінні папери + строкова дебіторська заборгованість)	>	Зобов'язання (розд. III (Поточні зобов'язання) пасиву балансу, крім рр. 1660 (поточні забезпечення), 1665 - доходи майбутніх періодів)
Запаси та витрати майбутніх періодів (рр. 1100 (запаси), 1170 (витрати майбутніх періодів), 1190 (інші оборотні активи) Балансу)	>	Довгострокові пасиви (зобов'язання) (рр. 1500 – 1515: відстрочені податкові зобов'язання; довгострокові кредити банків; інші довгострокові зобов'язання)
Оборотні кошти (всі) (розд. II активу балансу)	>	Короткострокові зобов'язання (розд. III пасиву балансу)
Необоротні активи (розд. I активу балансу)	<	Постійні пасиви (розд. I пасиву балансу)

Усі показники ліквідності мають рекомендовані нормативні значення.

Особливістю показників ліквідності є те, що всі вони визначаються щодо поточної заборгованості.

Показники (коефіцієнти) ліквідності:

1. *Коефіцієнт абсолютної ліквідності* характеризує миттєву спроможність погасити короткострокову заборгованість:

$$\text{Кабс.лікв.} = \frac{\text{Гроші та їх еквіваленти} + \text{поточні фінансові інвестиції (р. 1165 + р. 1160 ф.1)}}{\text{Найбільш строкові зобов'язання (р.р. 1600 - 1630 ф.1)}}.$$

Нормативне значення коефіцієнта абсолютної ліквідності — в межах 0,2 - 0,35. Це означає, що грошових коштів та найбільш ліквідних активів повинно вистачати для покриття частини поточних зобов'язань у межах 20-35 %. Перевищення нормативу свідчить про накопичення грошових коштів, що не задіяні у виробничому процесі, а невиконання нормативу - про незадовільний рівень швидкої ліквідності.

2. *Коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності* (або проміжний коефіцієнт покриття) характеризує ймовірність погашення короткострокових зобов'язань за рахунок залучення менш ліквідних активів, тих, для перетворення яких у готівку потрібно більше часу:

$$\text{Кзаг.лікв.} = \frac{\text{Гроші} + \text{Поточні фінансові інвестиції} + \text{дебіт.заборгованість (рр. 1165 + 1160 + 1125 + 1130 + 1135 + 1155)}}{\text{Поточні зобов'язання і забезпечення (р. 1695)}}.$$
 Нормативне значення: $>$, або $= 1$.

Відповідно до нормативного значення коефіцієнту загальної ліквідності грошових коштів їх еквівалентів та коштів у розрахунках (дебіторської заборгованості) повинно вистачати для сплати поточних зобов'язань.

3. *Коефіцієнт покриття* - найбільш загальний показник ліквідності:

$$\text{Кпокр.} = \frac{\text{Оборотні активи (р.1195 ф. 1)}}{\text{Поточні зобов'язання і забезпечення (р.1695 ф.1)}}.$$
 Нормативне значення: 2 – 2,5. Критичне значення цього коефіцієнта - 1.

Характеризує кратність покриття короткострокової заборгованості оборотними активами, свідчить про захищеність кредиторів від непогашення зобов'язань, показує, чи достатньо оборотних активів для розрахунків за короткостроковими

зобов'язаннями. Відповідно до нормативного значення коефіцієнта покриття оборотні активи підприємства повинні у 2-2,5 рази перевищувати суму поточних зобов'язань. В такому випадку баланс підприємства вважатиметься ліквідним, а кредитори почуватимуться захищеними від непогашення заборгованості.

Стан ліквідності підприємства вважається критичним, якщо сума всіх оборотних активів дорівнює величині усіх поточних зобов'язань. У такому випадку оборотних коштів ледь вистачає для розрахунків з кредиторами.

4. *Уточнений коефіцієнт покриття* (коефіцієнт критичної ліквідності):

$$\text{Ккрит.лікв.} = \frac{\text{Оборотні активи} - \text{Виробничі запаси} - \text{Незавершене виробництво (р.1195 - (р.1101 - р.1102 додаткові статті) ф.1)} / \text{Поточні зобов'язання і забезпечення (р.1695 ф.1)}}{\text{Нормативне значення: від 1 до 2.}}$$

У чисельнику сума оборотних активів скоригована (тобто із загальної суми активів відраховано ті, ліквідність яких нижча, тому що незавершене виробництво, деякі види запасів дуже складно реалізувати або для цього потрібно більше часу).

5. *Коефіцієнт покриття заборгованості за рахунок дебіторів:*

$$\text{Кзаб.дебіт.} = \frac{\text{Дебіторська заборгованість (р.1125 + р.1130 + р.1135 + р.1155 ф.1)} / \text{Поточна кредиторська заборгованість (р.1600 + р.1610 + р.1615 + р.1620 + р.1625 + р.1630)}}{\text{Нормативне значення: } >, \text{ або } = 1.}$$

Співвідношення між дебіторською та кредиторською заборгованістю виражає сальдо розрахункового балансу. З точки зору фінансової стійкості та платоспроможності краще, щоб була наявність активного сальдо розрахункового балансу (тобто дебіторська заборгованість перевищувала кредиторську), оскільки це свідчить про наявність деякого надлишку платіжних засобів.

4.3. Аналіз структури та динаміки зобов'язань підприємства

При аналізі структури та динаміки зобов'язань підприємства виявляються негативні тенденції щодо зростання заборгованості підприємства.

Передовсім перевіряється достовірність інформації щодо видів і строків кредиторської заборгованості. Для цього користуються прямим підтвердженням контрагентів, вивченням контрактів і договорів, особистими бесідами з працівниками, які мають

інформацію про борги і зобов'язання підприємства. У процесі аналізу необхідно дати оцінку умов заборгованості, звернути увагу на строки, обмеження використання ресурсів, можливості залучення додаткових джерел фінансування.

Як правило, основною причиною змін структури кредиторської заборгованості є взаємні неплатежі. Це може підтвердити порівняльний аналіз кредиторської та дебіторської заборгованості.

Значну увагу необхідно звернути на аналіз динаміки заборгованості підприємства за розрахунками з бюджетом та з оплати праці.

Додатково проводиться аналіз простроченої кредиторської заборгованості. Оскільки, при укладенні договору передбачається така плата як неустойка, штраф чи пеня за несвоєчасне виконання зобов'язань, або так зване «прострочення». Боржник вважається таким, що прострочив, якщо він не приступив до виконання зобов'язання або не виконав його у строк, встановлений договором або законом (ч.1 ст.612 Цивільного кодексу України).

Визначаються абсолютне та відносне зростання (коефіцієнт зростання) за видами заборгованості.

Збільшення коефіцієнта зростання кредиторської заборгованості у порівнянні з коефіцієнтом зростання активів підприємства ($K_z > K_{в.а.}$) свідчить про погіршення його платоспроможності. У цьому випадку обов'язково проводиться поглиблений аналіз на предмет запобігання банкрутству підприємства.

ТЕМА 5: АНАЛІЗ ДОХІДНОСТІ АКТИВІВ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Програмна анотація

- 5.1. Аналіз дохідності активів.
- 5.2. Аналіз фінансових результатів.
- 5.3. Аналіз прибутку підприємства.

5.1. Аналіз дохідності активів

Управління активами підприємства є важливим елементом підвищення ефективності діяльності підприємства, оскільки

розроблення і впровадження раціональних підходів в управлінні активами забезпечує стійкість фінансового стану підприємства.

Аналіз дохідності активів проводять використовуючи показники фінансової звітності.

Коефіцієнт дохідності активів (Кд.а.) показує частку сукупного доходу в одній гривні вартості активів підприємства.

За умови зростання або незмінності вартості активів ($K_{в.а.} \geq 1$) та зростання сукупного доходу ($K_{с.д.} > 1$) приріст за звітний період коефіцієнта зростання дохідності активів ($K_{д.а.} > 1$) свідчить про підвищення ефективності використання майна підприємства.

У разі, якщо збільшення коефіцієнта зростання дохідності активів ($K_{д.а.} > 1$) супроводжується зменшенням вартості активів ($1 > K_{в.а.}$), необхідно здійснити додатковий аналіз на предмет виявлення причин зростання дохідності насамперед з'ясувавши, чи не досягнуто це за рахунок продажу основних засобів та виробничих запасів підприємства.

Також в процесі аналізу порівнюється динаміка змін вартості активів підприємства ($K_{в.а.}$) та сукупного доходу ($K_{с.д.}$). Якщо різниця у значеннях коефіцієнтів ($K_{с.д.} - K_{в.а.}$) має додатне значення, то здійснюється додаткова перевірка на предмет обґрунтованості вилучення активів підприємства, при від'ємному значенні цього показника в процесі перевірки мають бути з'ясовані причини випереджальних темпів зростання вартості активів (зростання обсягів нереалізованої готової продукції, запасів, незавершеного виробництва та капітальних вкладень, придбання довгострокових активів).

5.2. Аналіз фінансових результатів

Великого значення в сучасних умовах розвитку та вдосконалення ринкових відносин в Україні набуває якісний аналіз фінансових результатів діяльності підприємства. Його здійснення впливає на ухвалення правильного рішення щодо розпорядження капіталом, мінімізує фінансові ризики підприємства, сприяє підвищенню ефективності його діяльності, більш раціональному використанню матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Головними завданнями аналізу фінансових результатів підприємства є:

- 1) систематичний контроль за виконанням прогнозів прибутку;

- 2) виявлення факторів впливу на формування прибутку та розрахунки їхнього впливу;
- 3) вивчення напрямків і тенденцій розподілу прибутку;
- 4) виявлення резервів збільшення прибутку;
- 5) розробка заходів для використання виявлених резервів.

Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства передбачає дослідження динаміки та структури фінансових результатів його діяльності, дозволяє визначити фактори, що вплинули на формування величини чистого прибутку (збитку) підприємства.

За результатами аналізу структури та динаміки фінансових результатів оцінюються прибутковість кожного виду діяльності підприємства: операційної, інвестиційної та фінансової.

Аналіз ефективності різних видів діяльності дасть змогу визначити їх вплив на чистий прибуток підприємства. Якщо підприємство за результатами звітного періоду має збиток від операційної діяльності, то має бути проаналізована структура витрат за економічними елементами.

Якщо підприємство за результатами звітного року має збиток від інвестиційної діяльності, то мають бути проаналізовані фактори, що вплинули на утворення таких збитків, та визначені заходи щодо ліквідації збитковості асоційованих, спільних та дочірніх підприємств або мають бути проведені зміна і скорочення напрямків інвестиційної діяльності, скорочення інвестиційної діяльності.

Якщо підприємство за результатами звітного року отримує збитки від фінансової діяльності, то мають бути проаналізовані склад фінансових доходів та фінансових витрат. У результаті проведеного аналізу мають бути визначені можливі шляхи скорочення фінансових витрат. При аналізі фінансових доходів визначається дохідність цінних паперів і приймається рішення щодо зміни структури «портфелю фінансових інвестицій» (реалізація одних цінних паперів та придбання інших прибуткових цінних паперів).

При отриманні збитків від інших операцій звичайної діяльності, але не пов'язаних з операційною та фінансовою діяльністю, аналізується склад інших доходів, інших витрат і визначаються шляхи ліквідації збитків у плановому періоді.

5.3. Аналіз прибутку підприємства

Прибуток у розвитку підприємства відіграє подвійну роль - він є одночасно джерелом фінансування інших перспективних програм, а також є метою діяльності підприємства.

Прибуток - сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати.

При обґрунтуванні перспективи виробництва економічні закони враховуються, як правило, для максимізації прибутку при орієнтації на витрати, мінімізації збитків в умовах падіння ціни на продукцію.

Валовий прибуток (збиток) визначається як різниця між чистим доходом від реалізації і собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг).

Обсяг валового прибутку підприємства залежить від дії таких факторів:

1) обсягу реалізації (доходу), що має прямий вплив на зміну величини прибутку;

2) змін у структурі випуску продукції (збільшення частки продукції з вищою, порівняно із середньою, рентабельністю зумовлює зростання загальної суми валового прибутку);

3) рівня собівартості виробництва продукції (зростання собівартості одиниці продукції зумовлює скорочення прибутку);

4) рівня цін на продукцію (зростання середньої ціни зумовлює збільшення суми отриманого прибутку).

На зміну чистого прибутку від звичайної діяльності, крім зазначених виробничих та комерційних факторів, впливають також:

1) зміна величини отриманих доходів від іншої операційної діяльності;

2) зміна обсягу та рівня адміністративних, збутових та інших операційних витрат, їх обґрунтованість, ефективність, можливість економії;

3) різниця між сумою сплачених та отриманих штрафів, пені, фінансових санкцій, їх недопущення;

4) обґрунтованість фінансових витрат;

5) прибутковість та перспективність інвестиційної діяльності підприємства (слід проаналізувати, чи можуть сьогоднішні втрати від участі в капіталі перетворитись у майбутньому в доходи);

6) політика держави в сфері оподаткування тощо.

Ступінь прибутковості діяльності та ефективності управління активами підприємства розкривають за допомогою розрахунку та аналізу показників рентабельності. Зазвичай усі показники рентабельності визначаються у відсотках.

Широку гаму показників рентабельності можна поділити на три групи:

1. Показники, що визначаються відношенням прибутку до собівартості або до витрат. До цієї групи показників належать:

- рентабельність продукції (показники застосовують для оптимізації асортиментної програми):

$$R_i = \frac{Ц_i - C_i}{C_i} \times 100 \%,$$

де R_i - рентабельність i -ї продукції;

$Ц_i$ - ціна одиниці i -ї продукції;

C_i - собівартість одиниці i -ї продукції (за плановою або звітною калькуляцією).

- рентабельність виробництва продукції (визначає ефективність прямих і загальновиробничих витрат основної діяльності):

$R_{\text{продукції}} = \frac{\text{Прибуток валовий}}{\text{Собівартість реалізованої продукції}} \times 100 \%,$

де $R_{\text{продукції}}$ — рентабельність продукції загальна, %.

- рентабельність перевезень $R_{\text{пер.}}$ характеризує ефективність експлуатаційних витрат:

$R_{\text{пер.}} = \frac{\text{Прибуток від перевезень}}{\text{Експлуатаційні витрати}} \times 100\%.$

Показує суму прибутку від перевезень, отриманого в розрахунку на кожну гривню експлуатаційних витрат.

2. Показники, що визначаються відношенням прибутку до суми доходу (виручки) від реалізації.

До цієї групи показників входить рентабельність операційної діяльності або коефіцієнт операційного прибутку:

$R_{\text{опер.}} = \frac{\text{Прибуток від операційної діяльності}}{\text{Чистий дохід (виручка) від реалізації}} \times 100 \%.$

Цей показник характеризує рентабельність продаж та показує частку прибутку в сумі доходу від реалізації або, іншими словами, також показує, скільки гривень (копійок) прибутку отримано з кожної гривні доходу.

3. Показники, утворені відношенням прибутку до вартості активів або суми інвестованого капіталу.

До цієї групи показників належать:

- рентабельність підприємства (тобто рентабельність його активів):

$R_{активів} = \text{Чистий прибуток} / \text{Активи} \times 100 \%$,

де Активи - середньорічна вартість активів (майна) підприємства.

Показує, скільки гривень (копійок) чистого прибутку отримано з кожної гривні майна (активів) підприємства.

- рентабельність власного капіталу:

$R_{BK} = \text{Чистий прибуток} / \text{Власний капітал} \times 100 \%$,

де Власний капітал — середньорічна вартість власного капіталу підприємства.

Показує ефективність (прибутковість) використання власного (акціонерного) капіталу, верхню межу дивідендів для акціонерів та інвесторів.

- фондорентабельність:

$R_{\Phi} = \text{Прибуток} / \text{ОВФ} \times 100 \%$,

де ОВФ — середньорічна вартість основних виробничих фондів.

Характеризує обсяг прибутку, отриманого в розрахунку на одну гривню середньорічної вартості основних виробничих фондів.

Аналіз виконання плану (прогнозу) прибутку і рівня рентабельності є узагальнюючим етапом аналізу господарської діяльності, підсумком всієї аналітичної роботи. Ці показники характеризують фінансові результати та ефективність роботи підприємства.

Факторний аналіз валового прибутку (збитку) свідчить про вплив зростання (зменшення) чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на валовий прибуток (збиток).

ТЕМА 6: АНАЛІЗ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Програмна анотація

6.1. Класифікація витрат.

6.2. Точка беззбитковості.

6.3. Аналіз структури та динаміки витрат підприємства.

6.1. Класифікація витрат

Витрати - це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені.

Залежно від характеру виробництва витрати поділяються за видами продукції (послуг) та етапами виробничого процесу.

Витрати також класифікуються за низкою інших ознак: економічними елементами та статтями калькуляції, за цільовим призначенням, ступенем однорідності, способом включення до собівартості, часом виникнення.

Розрізняють два поняття собівартості: собівартість реалізованої продукції і виробничу собівартість продукції. Собівартість реалізованої продукції складається з виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), реалізованої протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та понаднормативних виробничих витрат. Треба зазначити, що на результати діяльності підприємства впливатиме не виробнича собівартість виготовленої продукції, а лише собівартість готової продукції, відпущеної у продаж.

Витрати бувають:

1) прямі (можуть бути віднесені безпосередньо до конкретного об'єкта витрат), непрямі (амортизація, утримання будівель і обладнання заводу, адміністративні витрати);

2) у межах періоду: змінні (обслуговування і управління виробництвом (цехів, ділянок)), умовно-постійні (зв'язок, інтернет тощо);

3) всі витрати є альтернативними;

4) середні витрати (витрати на одиницю продукції);

5) граничні (пов'язані зі збільшенням обсягу випуску на одиницю продукції).

Граничні (або маржинальні) витрати (MC) показують як збільшиться (зменшиться) сума витрат зі зростанням (зменшенням) обсягу виробництва на одиницю продукції. Граничні (маржинальні) витрати визначаються таким чином:

$$MC = \Delta TC / \Delta Q,$$

де ΔTC - зміна суми (приріст) загальних витрат, грн;

ΔQ - зміна (приріст) обсягу виробництва, одиниць.

Умовою оптимізації обсягу виробництва є рівність граничного доходу граничним витратам. Якщо граничний дохід перевищує граничні витрати, граничний прибуток позитивний, і кожна наступна одиниця продукції забезпечує зростання загального прибутку. І навпаки, перевищення граничних витрат над рівнем граничного доходу приводить до скорочення загального прибутку, при цьому граничний прибуток починає набувати від'ємних значень.

В умовах досконалої конкуренції, коли граничні витрати дорівнюють ціні, тобто:

$$MC = P,$$

де P - ціна одиниці продукції.

У випадку, якщо кон'юнктура ринку несприятлива, спостерігається падіння ринкових цін та обсягів реалізації продукції, то критерієм оптимізації обсягу виробництва є рівність ціни і середніх змінних витрат.

Прогноз обсягу виробництва, прямих та непрямих затрат щодо даного обсягу виробництва є необхідною передумовою планування виробництва. На основі прогнозів розвитку підприємства, системи планів, розроблених підприємством, здійснюється організація запланованих робіт, фактична реалізація виробничих процесів, створюється мотивація задіяного для їх виконання персоналу.

Постійні витрати залишаються незмінними лише в межах короткострокового (релевантного діапазону). Однак величина їх може збільшуватись чи зменшуватись у довгостроковому періоді, тобто поза межами релевантного діапазону. Зміна постійних витрат відбувається при збільшенні, зменшенні масштабів виробництва (в результаті будівництва та введення в дію нових цехів, виробничих ліній, підрозділів, нових виробничих потужностей або, навпаки, ліквідації підприємства, цехів, дільниць, підрозділів підприємства).

У прогнозуванні витрат ресурсів слід враховувати тенденції заміни дефіцитних та дорогих видів ресурсів, використання нового обладнання, застосування ресурсо- та енергозберігаючих технологій або впровадження інноваційних технологій.

Перспективний характер мають рішення щодо розширення асортименту виробів та політики ціноутворення, реклами та просування товару на ринку.

Діагностика ефективності збутової діяльності повинна будуватись на визначенні ефективності виконання основних функцій збутової діяльності, а саме:

- транспортування від місця виробництва до місця споживання;
- розподілу, тобто забезпечення досяжності товарів у кількості і формі згідно з потребами споживачів;
- зберігання - забезпечення досяжності товарів у момент придбання або використання у місцях накопичення або реалізації зі збереженням їх кількості та якісних характеристик;
- сортування - створення наборів спеціалізованих або взаємодоповнюючих товарів, адаптованих до ситуації споживання;
- встановлення контакту - забезпечення доступу до чисельних та віддалених груп споживачів;
- інформування - діяльність, що забезпечує інформованість про потреби ринку та умови конкретного обміну.

6.2. Точка беззбитковості

На основі аналізу витрат можна встановити:

1) точку беззбитковості (мінімальний обсяг виробництва, який потрібно випускати для покриття загальної суми витрат та забезпечення беззбитковості виробництва);

2) оптимальний обсяг виробництва.

Точка беззбитковості (або критична точка) може бути виражена як у натуральних, так і в грошових одиницях. Критична точка у натуральних одиницях розраховується наступним чином:

$$BEP = FC / p - vc,$$

де *BEP* - точка беззбитковості (*break-even point*) у натуральних одиницях; *FC* - постійні витрати; *p* - ціна продукції; *vc* - змінні витрати на одиницю продукції; (*p - vc*) - маржинальний дохід на одиницю продукції.

Точка беззбитковості в грошових одиницях:

$$BEP = FC / kmd,$$

де *kmd* - коефіцієнт маржинального доходу, що визначається як відношення маржинального доходу від реалізації одиниці продукції до її ціни.

Для ілюстрації застосування методів знаходження критичної точки розглянемо приклад: фірма виготовляє один вид продукції, яку реалізує за ціною 100 грн за одиницю. Витрати фірми на виробництво

продукції складають: змінні витрати на одиницю - 70 грн, загальні постійні витрати – 24 000 грн.

Необхідно знайти точку беззбитковості в натуральних та грошових вимірниках.

Для знаходження точки беззбитковості в натуральних одиницях застосовуємо формулу ($BEP = FC / p - vc$). Маржинальний дохід на одиницю дорівнює:

$$100 - 70 = 30 \text{ грн.}$$

Точка беззбитковості в натуральних одиницях дорівнює:

$$24\,000 : 30 = 800 \text{ од.}$$

Точка беззбитковості в грошових одиницях - це виручка в точці беззбитковості:

$$800 \text{ од.} \times 100 \text{ грн} = 80\,000 \text{ грн.}$$

Знайдемо точку беззбитковості в грошових одиницях за формулою ($BEP = FC / kmd$).

Коефіцієнт маржинального доходу (kmd) дорівнює: $30 : 100 = 0,3$.

Точка беззбитковості в грошових одиницях дорівнює:

$$24\,000 : 0,3 = 80\,000 \text{ грн.}$$

6.3. Аналіз структури та динаміки витрат підприємства

Аналіз витрат на виробництво продукції (робіт, послуг) за економічними елементами характеризує динаміку їх змін за звітний період проти попереднього періоду, а також дає змогу виявити елементи, які значно вплинули на зростання суми витрат операційної діяльності на одну гривню реалізованої продукції.

При аналізі структури та динаміки операційних витрат підприємства, визначаються абсолютне та відносне зростання (коефіцієнт зростання) витрат за економічними елементами.

Якщо коефіцієнт зростання операційних витрат перевищує коефіцієнт зростання чистого доходу від реалізації продукції (робіт, послуг), то витрати, які пов'язані з виробничою діяльністю, зростають вищими темпами, ніж доходи від продажу продукції (робіт, послуг), що свідчить про зниження прибутковості основних видів продукції (робіт, послуг) підприємства. У цьому випадку має бути проведено поглиблений аналіз діяльності підприємства, пов'язаної з реалізацією продукції, товарів, послуг, а також складу та структури витрат за елементами.

Якщо коефіцієнт зростання витрат на оплату праці перевищує коефіцієнт зростання чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), то це свідчить про зниження продуктивності праці.

Додаткового аналізу потребують елементи витрат, коефіцієнт зростання яких перевищує коефіцієнт зростання суми витрат операційної діяльності на одну гривню реалізованої продукції. Витрати операційної діяльності на одну гривню реалізованої продукції та коефіцієнт їх приросту (зменшення) Кв.о.д. порівнюється із галузевим нормативом.

Негативно характеризують фінансово-господарську діяльність підприємства випереджальні темпи зростання адміністративних витрат, витрат на збут, інших операційних витрат та загалом операційних витрат порівняно з темпами зростання собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг).

ТЕМА 7. АНАЛІЗ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА

Програмна анотація

7.1. Класифікація доходу.

7.2. Стратегія доходу.

7.3. Аналіз структури та динаміки доходів.

7.1. Класифікація доходу

Дохід визнається під час збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена.

Доходи класифікуються за такими групами:

- 1) дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
- 2) чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
- 3) інші операційні доходи;
- 4) фінансові доходи;
- 5) інші доходи.

Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - загальний дохід (виручка) від реалізації продукції, товарів, робіт або послуг без вирахування наданих знижок, повернення раніше проданих товарів та непрямих податків і зборів (податку на додану вартість, акцизного збору тощо).

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) визначається шляхом вирахування з доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг наданих знижок, вартості повернутих раніше проданих товарів, доходів, що за договорами належать комітентам (принципалам тощо), та податків і зборів.

Комітент — управнена сторона договору комісії, що доручає комісіонерові за плату вчинити один або кілька правочинів від імені комісіонера, але за рахунок комітента (наприклад, здає свій товар на комісію).

Принципал — термін у цивільному праві: основна особа (боржник) у борговому зобов'язанні; юридична особа, від імені і за рахунок якої діє комерційний агент (посередник); особа, що бере участь в угоді за свій кошт.

До складу інших операційних доходів включаються суми інших доходів від операційної діяльності підприємства, крім чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), зокрема:

- дохід від операційної оренди активів;
- дохід від операційних курсових різниць;
- відшкодування раніше списаних активів;
- дохід від роялті (будь-який платіж, отриманий як винагорода за використання або за надання права на використання об'єкта права інтелектуальної власності), відсотків, отриманих на залишки коштів на поточних рахунках в банках, дохід від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій), необоротних активів, утримуваних для продажу, та групи вибуття тощо.

До складу фінансових доходів включаються дивіденди, відсотки та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій (крім доходів, які обліковуються за методом участі в капіталі - облік фінансових інвестицій).

До складу інших доходів, зокрема, включаються:

- дохід від реалізації фінансових інвестицій;
- дохід від неопераційних курсових різниць;

- інші доходи, які виникають у процесі господарської діяльності, але не пов'язані операційною діяльністю підприємства.

Визначений дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) не коригується на величину пов'язаної з ним сумнівної та безнадійної дебіторської заборгованості. Сума такої заборгованості визнається витратами підприємства згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» (відображається у складі інших операційних витрат).

Доходом визнається сума зобов'язання, яке не підлягає погашенню.

Цільове фінансування не визнається доходом доти, поки не існує підтвердження того, що воно буде отримане та підприємство виконає умови щодо такого фінансування.

Отримане цільове фінансування (у тому числі кошти, вивільнені від оподаткування у зв'язку з наданням пільг з податку на прибуток підприємств) визнається доходом протягом тих періодів, в яких були зазначені витрати, пов'язані з виконанням умов цільового фінансування.

7.2. Стратегія доходу

Стратегія – це спеціалізований план з досягнення цілей (наприклад, випередження конкурентів в бізнесі).

Дохід забезпечується через розширення ринку збуту.

Стратегія доходу може бути реалізована за двома напрямками:

1) через залучення нових сегментів ринку до споживання наявного товару;

2) через вихід з наявним товаром на нові територіальні ринки. Ця широко використовувана стратегія також є різновидом стратегії освоєння нових сегментів ринку, з тією різницею, що в основу сегментації покладено географічну ознаку.

Стратегія розвитку ринку направлена на тривалішу перспективу, ніж попередня, пов'язана з більшими витратами на дослідження та розвиток каналів збуту, більш ризикована, але й прибутковіша в перспективі.

Стратегія диверсифікації передбачає одночасне освоєння нових видів продукції та нових ринків збуту. Стратегія є найдорожчою та найризикованішою, але й найприбутковішою в перспективі.

Причини диверсифікації можуть бути найрізноманітнішими; рішення про зміну галузі діяльності може бути зумовлене випадком або амбіціями керівництва, а також:

- бажанням зменшити або розподілити ризики (діяти за принципом “не тримати всі яйця в одному кошику”);
- бажанням піти зі стагнуючих ринків;
- отримати фінансові вигоди від роботи в нових галузях;
- тиском антимонопольного законодавства, що протидіє подальшому зростанню підприємства в базовій галузі;
- можливістю збалансувати життєві цикли різних підрозділів у складі підприємства;
- можливістю ефективно використати надлишкові грошові потоки, що дає базовий бізнес, які не можуть бути вигідно вкладені на існуючому ринку.

Диверсифікація надає низку переваг підприємству:

- дозволяє отримувати додаткові прибутки, розподіляти ризики;
- отримати доступ до дешевих джерел сировини, інших ресурсів;
- набути додаткового досвіду і навичок менеджерам, можливість здійснювати “перехресне субсидування” (тобто доходи, отримані в одній галузі чи підрозділі, спрямовувати на розвиток інших).

7.3. Аналіз структури та динаміки доходів

Аналіз доходів - це частина економічних прогнозів підприємства, які спрямовані на створення економічних умов, що забезпечують відшкодування постійних витрат підприємства, покриття змінних витрат, які залежать від обсягу реалізації продукції, повної і своєчасної оплати всіх видів податків, обов'язкових платежів та забезпечення отримання прибутку.

Досягнення цих умов пов'язане з:

- 1) обґрунтуванням цін на продукцію, що реалізується;
- 2) раціональністю умов комерційних угод;
- 3) встановленням економічно обґрунтованих цін продажу продукції, яка стимулює збільшення попиту і, відповідно, реалізації;
- 4) скороченням кількості ланок реалізації продукції, що дозволяє збільшити розміри доходів за рахунок скорочення кількості посередників;

5) формуванням оптимального асортименту продукції для реалізації, які відповідали б структурі споживчого попиту та забезпечували б отримання необхідного обсягу доходів;

6) диверсифікацією діяльності (асортиментної, регіональної, за видами діяльності), що дозволяє забезпечувати компенсацію можливих втрат доходу у випадку несприятливих змін на окремих товарних, регіональних ринках чи погіршення можливостей здійснення окремих видів діяльності.

Аналіз доходу передбачає:

1) створення інформаційної бази для прийняття управлінських рішень;

2) проведення аналізу обсягу та складу оптимальних доходів, чинників, які визначають їх розмір та рівень, ступеня достатності отримання доходів для забезпечення самофінансування розвитку підприємства;

3) формування політики отримання доходів та вибір інструментів та важелів їх реалізації;

4) розробку прогнозу можливих варіантів отримання доходів за видами діяльності та їх експертизу щодо можливості реалізації;

5) формування оптимального варіанта плану (прогнозу) доходів підприємства.

Метою аналізу доходів є оцінка кінцевих результатів діяльності підприємства, вивчення основних причин, їх зміни у динаміці і порівняння з аналогічними підприємствами в регіоні, з показниками підприємств-конкурентів.

Аналіз доходів здійснюється як за доходами в цілому по підприємству, так і за їх джерелами надходження.

Одними з методичних підходів до аналізу доходів підприємства є:

1) горизонтальний аналіз доходів – порівняння показників звітного періоду з показниками минулих періодів.

2) вертикальний (структурний) аналіз – структурний аналіз доходів підприємства за джерелами їх надходження.

3) порівняльний аналіз доходів: порівняльний аналіз показників підприємства з його конкурентами у відповідній галузі, порівняльний аналіз звітних та планових (прогнозових) показників.

4) факторний аналіз доходів – вплив окремих факторів (чинників) на результативний показник. За допомогою такого аналізу

можна визначити невикористані можливості щодо збільшення доходу підприємства.

При аналізі структури та динаміки доходів доцільно врахувати, що збільшення коефіцієнтів зростання доходів, активів, власного капіталу та зменшення коефіцієнта зростання зобов'язань свідчить про ефективність використання активів.

Зменшення значення коефіцієнта зростання доходів та збільшення коефіцієнта зростання витрат і зобов'язань свідчить про втрату платоспроможності.

МОДУЛЬ 3. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЗА ФІНАНСОВИМИ ПОКАЗНИКАМИ

ТЕМА 8. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Програмна анотація

- 8.1. Фінансові прогнози підприємства.
- 8.2. Політика фінансування.
- 8.3. Політика інвестиційної діяльності.
- 8.4. Аналіз діяльності підприємства.

8.1. Фінансові прогнози підприємства

Основним протиріччям при розробці фінансових прогнозів є протиріччя між власниками (акціонерами), інтереси яких направлені на підвищення поточної прибутковості та отримання максимальної суми прибутків, дивідендів в найкоротші терміни та керівництва (управлінців) та працівників підприємства, які зацікавлені у перспективній, довготерміновій прибутковості підприємства.

Стандартні фінансові цілі:

- 1) збільшення внутрішньої вартості капіталу (для акціонерних товариств);
- 2) досягнення високих темпів зростання доходів і дивідендів на одну просту акцію;
- 3) скорочення зовнішніх джерел фінансування та оптимізація співвідношення власного і позикового капіталу;

4) оптимальне співвідношення між показниками прибутковості, ліквідності, фінансової стійкості підприємства;

5) вдосконалення структури капіталу (співвідношення між основним та оборотним капіталом).

Керівництву підприємства треба постійно балансувати між коротко- та довгостроковими ефектами використання фінансових ресурсів, тому певні протиріччя спостерігаються і у стандартних фінансових цілях.

Політика розподілу фінансів розглядаються як розподіл ресурсів. Застосовуються багатофакторні моделі оптимізації постачання та розподілу ресурсів між різними напрямками діяльності.

Однією із таких багатофакторних моделей є підхід, розроблений аналітиками фірми “Дюпон” (Du Pont) на основі показника рентабельності активів ROA (return on assets):

$$ROA = NP / AS = (NP / S) \times (S / AS), \text{ де}$$

NP - чистий прибуток (прибуток після сплати податку);

AS - вартість активів;

S - обсяги продажу.

Ця формула визначає зв'язок між оборотністю оборотних коштів як частини активів та рентабельністю активів. Формула Дюпон доводить, що із прискоренням оборотності обігових коштів навіть за незмінної рентабельності продаж, тобто за незмінних цін, досягається зростання загальної рентабельності підприємства (активів).

В аналізі діяльності підприємства можна застосовувати як абсолютні показники, так і темпові (індекси) для визначення впливу показників оборотності на зміну рентабельності за допомогою зв'язку:

$$R_{\text{активів}} = R_{\text{продаж}} \times K_{\text{об.акт.}}, \text{ де}$$

$R_{\text{активів}}$ - рентабельність активів, %;

$R_{\text{продаж}}$ - рентабельність продаж, %;

$K_{\text{об.акт.}}$ - коефіцієнт оборотності активів.

Для комерційних підприємств *рентабельність продаж* визначається аналогічно рентабельності операційної діяльності:

$$R_{\text{активів}} = (\text{Прибуток від реалізації} / \text{Чистий дохід від реалізації продукції}) \times 100 \, \%$$

У формулі корпорації Дюпон співвідношення S / AS визначає оборотність активів, які поділяються на ті, що легко реалізуються, та

ті, що повільно обертаються. Це привертає увагу до оптимізації структури активів і капіталу, норми прибутковості.

Фінансові прогнози як ресурсні взагалі дуже тісно пов'язані із прогнозами ціноутворення. Так, прибуток є результатом взаємодії обсягу продаж та рівня цін, похідних від ціноутворення як складової маркетингу взагалі, а також від рівня (витрат) собівартості, що є результатом минулих інвестицій.

8.2. Політика фінансування

Політика фінансування є основою для вибору альтернативи, яка зумовлює природу та напрямки організації фінансових відносин як поза межами, так і всередині підприємства. Розробляється у формі плану (бюджету) або програми фінансового розвитку підприємства з урахуванням необхідних змін у структурі капіталу та фондів для досягнення розроблених планів зростання та підвищення конкурентних переваг.

Приклади політики фінансування як функції управління фінансами:

1) кредитування (вибір між короткостроковим та довгостроковим фінансуванням);

2) розміщення акцій: часткове або повне розміщення акцій, прості або привілейовані акції, співвідношення між ними;

3) рефінансування означає придбання власних акцій, ліквідацію боргів, управління грошовими потоками;

4) використання дивідендів: варіація рівня дивідендів - сплата підвищених або знижених дивідендів залежно від ситуації на фондовому ринку та темпів росту підприємства, призупинення виплати дивідендів.

Фінансова політика визначає найкращу спрямованість фінансової діяльності, націлює на економію усіх видів витрат, мобілізацію капіталу для підтримки виробничих, дослідницьких, маркетингових та інших напрямків, на максимальне підвищення ринкової вартості підприємства.

Найважливіша частина фінансової політики - прийняття рішення про структуру капіталу.

В акціонерному товаристві велике значення має співвідношення простих і привілейованих акцій, облігацій та векселів, що дають змогу забезпечити підприємство необхідними для діяльності та

розвитку фінансовими ресурсами за низькою ціною. Керуючись певними методиками, такими як, наприклад, визначення впливу фінансового важеля, менеджер підприємства повинен встановити оптимальне співвідношення між власними та позиковими джерелами коштів, простими та привілейованими акціями, “короткими” та “довгими” грошима (коротко- та довгостроковими кредитами або іншими джерелами позикових коштів).

Управління дивідендами є важливою частиною фінансового курсу. Якщо обсяги реалізації продукції підприємства зростають високими темпами, частка ринку значна, акції підприємства мають високі котирування на фондовому ринку тощо, - на дивідендах можна зекономити та залучити їх як інвестиції для подальшого розвитку, а курс акцій буде триматися на іміджі «процвітання». Якщо темпи росту продажу підприємства на ринку незначні або ж спостерігається падіння обсягів реалізації, зменшується присутність на ринку, - вартість акцій підтримується через сплату стабільно високих дивідендів.

Фінансова політика як функціональна передбачає також визначення відносин з фінансовими, страховими, кредитними організаціями, акціонерами, з окремими підрозділами та посадовими особами всередині організації.

Загальна фінансова політика охоплює:

1. Управління готівкою та ринковими цінними паперами.
2. Управління товарно-матеріальними запасами.
3. Політику кредитування.
4. Дивідендну політику.

5. Фінансові прогнози щодо капіталовкладень, надходжень та виплат.

Інструментом реалізації фінансової політики є поточні бюджети. Бюджет - це поточний план діяльності, де визначено майбутні витрати та джерела їх покриття. Бюджети формуються на основі «портфеля», прогнозів обсягів майбутньої реалізації, поточних і прогнозних кошторисів. Частіше розробляють кілька альтернативних бюджетів. У країнах з розвинутою ринковою економікою бюджетування - один з методів управління підприємством.

8.3. Політика інвестиційної діяльності

Під інвестиціями розуміють процес вкладання у будь-яку підприємницьку діяльність грошових коштів у вигляді матеріальних та нематеріальних активів з метою одержання прибутку. Інвестиційна діяльність — це придбання і реалізація тих необоротних активів, а також тих фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів грошових коштів. Таке визначення дозволяє розмежувати інвестиційну та фінансову діяльність та відокремити грошові потоки, що виникають під час здійснення інвестиційної діяльності від грошових потоків фінансової діяльності. Водночас наведене визначення інвестиційної діяльності не розкриває її сутності. У визначенні інвестицій та інвестиційної діяльності обов'язково слід підкреслювати основну мету здійснення капіталовкладень - збільшення прибутковості підприємства шляхом покращання його конкурентного статусу та здобуття унікальних конкурентних переваг вищого рівня, що забезпечать тривалу конкурентоздатність і перспективну рентабельність підприємства.

Інвестиційна привабливість - це привабливість підприємства як об'єкта капіталовкладень з точки зору інвесторів.

Інвестиційна привабливість визначається через перспективну прибутковість, ліквідність, конкурентоспроможність об'єкта інвестиційної діяльності.

Етапи аналізу інвестиційної привабливості:

1) аналіз інвестиційної привабливості країни (вивчаються макрофактори - політична стабільність, лояльність до іноземного капіталу, інвестиційний клімат у країні-ремітенті (країна яка відправляє грошові перекази до іншої країни), економічна система, рівень корупції тощо);

2) аналіз інвестиційної привабливості окремого регіону (враховується рівень розвитку інфраструктури окремого регіону, потенційну місткість та темпи росту цільового ринку, демографічні показники, клімат тощо);

3) аналіз інвестиційної привабливості галузі (виду діяльності) вивчають на основі показників: темпи росту галузі, забезпеченість ресурсами, наявність виробничих потужностей, інтеграційні зв'язки (можуть бути політичні, економічні, соціальні або інші види зв'язків, які призводять до формування цілісної системи), розвиток сировинної

бази, наявність результатів наукових досліджень та розробок у конкретній сфері тощо;

4) аналіз інвестиційної привабливості конкретного підприємства (вивчення сукупності показників оцінки підприємства, починаючи від оцінки якості менеджменту та стилю керівництва та закінчуючи показниками технічного стану основних засобів та нематеріальних активів;

5) оцінка інвестиційної привабливості окремого проекту (містить оцінку привабливості й обґрунтованості бізнес-плану, вивчення технічно-економічного обґрунтування проекту, комерційну оцінку життєздатності бізнес-ідеї та результатів її реалізації в конкретному правовому, адміністративному, соціальному середовищах тощо).

Аналіз інвестиційної привабливості підприємства включає оцінку потенціалу підприємства за такими показниками, як:

1) вартість основних виробничих засобів та інших необоротних активів, їх структура; відновлювальна структура основних засобів;

2) ступінь зносу основних виробничих засобів та нематеріальних активів;

3) організаційно-технічний рівень виробництва, рівень фондоозброєності праці;

4) показники якості продукції, яка випускається;

5) майновий та фінансовий стан підприємства, структура його активів, динаміка і структура заборгованості підприємства тощо;

6) характеристика управління, організаційної та управлінської структури, персоналу.

За об'єктами інвестування інвестиції поділяються на дві групи:

1) фінансові - передбачають вкладання в цінні папери;

2) реальні - капіталовкладення у будівництво, оновлення, реконструкцію, модернізацію та придбання основних засобів та нематеріальних активів, інших товарно-матеріальних цінностей.

За формою здійснення:

1) портфельні (придбання частини акцій підприємства);

2) пряме інвестування (придбання іншого підприємства або розширення наявного).

За характером:

1) соціальні, що передбачають вкладання в об'єкти соціально-культурного призначення;

2) комерційні (капіталовкладення в об'єкти комерційного призначення);

3) технологічні (передбачають удосконалення виробництва);

4) організаційні (передбачають зміни в організаційній та управлінській структурі підприємства, формах оплати праці тощо).

За характером інноваційних процесів:

1) піонерні - підприємство першим у галузі здійснює прорив;

2) захисні - підприємство повторює новації, здійснені іншими підприємствами, щоб не відстати, підвищити свою конкурентоспроможність.

За тривалістю часу:

1) короткострокові (терміном до 3 років);

2) середньострокові (3-5 років);

3) довгострокові (тривалістю більше 5 років).

За масштабами, тобто розміром, кількістю учасників, ступенем впливу на навколишнє середовище, інвестиції можуть бути малі, середні, великі та дуже великі.

8.4. Аналіз діяльності підприємства

Загальний аналіз діяльності підприємства виражається в оцінці ефективності управління підприємством та використання його активів, проводиться за сукупністю коефіцієнтів, які характеризують прибутковість активів, майновий стан, платоспроможність та ліквідність підприємства.

Коефіцієнт рентабельності активів показує розмір чистого прибутку на одну гривню активів та характеризує ефективність використання активів. Зменшення цього показника може свідчити про затримання темпів економічного зростання та розвитку підприємства.

Ступінь рентабельності активів підприємства, яку забезпечує прибуток від основної виробничої діяльності підприємства, характеризує коефіцієнт рентабельності сукупного капіталу.

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу показує частку чистого прибутку у власному капіталі. Високий коефіцієнт вказує на прибуткову діяльність підприємства та його інвестиційну привабливість. Цей коефіцієнт характеризує ефективність укладення коштів у підприємство.

Коефіцієнт рентабельності діяльності показує наявність можливостей підприємства до відтворення та розширення виробництва і характеризує прибутковість діяльності підприємства.

Коефіцієнт оборотності активів характеризує ефективність використання підприємством наявних ресурсів (незалежно від джерел їх залучення) та показує, наскільки зміни у наявних активах пов'язані зі змінами доходу від реалізації.

Коефіцієнти поновлення основних засобів та їх зносу характеризують інвестиційну політику підприємства.

При проведенні фінансового аналізу за коефіцієнтами мають враховуватися галузеві особливості підприємств.

Оцінка ефективності діяльності підприємства з урахуванням галузевої специфіки

Коефіцієнт оборотності активів	Коефіцієнт рентабельності діяльності	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Оцінка ефективності діяльності з урахуванням галузевої специфіки
Високе значення	Високе значення	Високе значення	Задовільно для всіх підприємств
Низьке значення	Високе значення	Середнє значення	Задовільно для підприємств видобувної промисловості
Низьке значення	Середнє значення	Середнє значення	Задовільно для підприємств сільського господарства
Середнє значення	Високе значення	Низьке значення	Задовільно для будівельних підприємств
Високе значення	Низьке значення	Середнє значення	Задовільно для підприємств переробної, харчової промисловості, торгівлі
Низьке значення	Низьке значення	Низьке значення	Незадовільно для всіх підприємств

Коефіцієнт фінансової стійкості характеризує співвідношення власних та позикових коштів. Перевищення власних коштів над позиковими вказує на те, що підприємство має достатній рівень фінансової стійкості і відносно незалежне від зовнішніх фінансових джерел. Частина власного капіталу в загальній сумі фінансових ресурсів повинна бути не менше 50 %, тобто нормативне значення *Кфінансової стійкості* повинно бути не меншим 1. Якщо *Кфінансової стійкості* менше 1, то проводиться додатковий аналіз з метою виявлення причин зменшення фінансової стабільності (зниження виручки, зменшення прибутку, необґрунтоване збільшення матеріальних запасів тощо).

Коефіцієнт покриття (*Кпокриття*) визначає співвідношення усіх поточних активів до поточних зобов'язань і характеризує достатність оборотних засобів підприємства для погашення своїх боргів протягом року. Значення *Кпокриття* у межах 1,5 свідчить про те, що підприємство своєчасно ліквідує борги. Критичне значення *Кпокриття* = 1. При *Кпокриття* < 1 підприємство має дуже низьку ліквідність, у цьому випадку, а також негативній динаміці цього показника проводиться додатковий аналіз з метою виявлення причин, що призвели до зниження ліквідності підприємства, а також уживаються заходи щодо недопущення банкрутства підприємства.

Коефіцієнт загальної ліквідності (*Кз.л.*) відображає, скільки одиниць оборотних засобів припадає на одиницю довгострокових та поточних зобов'язань.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності (*Каб.л.*) характеризує можливість підприємства ліквідувати поточну заборгованість грошима, які є у нього в розпорядженні на дату проведення аналізу. Коефіцієнт визначає, яку частину поточної заборгованості підприємство здатне погасити негайно. Значення коефіцієнта повинно бути в межах від 0,2 до 0,35. У разі, якщо *Каб.л.* менше 0,2 або динаміка показника є негативною, здійснюється додатковий аналіз відповідних факторів.

Коефіцієнт заборгованості відображає залежність підприємства від залучених коштів.

Коефіцієнт концентрації залученого капіталу показує частку залученого капіталу у валюті балансу.

ТЕМА 9. УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ТА ЙОГО ОЦІНКА

Програмна анотація

- 9.1. Стратегічне управління.
- 9.2. Поетапний процес розробки стратегії.
- 9.3. Оцінка управління підприємством.

9.1. Стратегічне управління

Термін «стратегічне управління» (або «стратегічний менеджмент») був введений у лексикон науковців та бізнесменів наприкінці 60-70-х років ХХ ст. Тенденції розвитку світової економіки зумовили поступове зміщення центру уваги менеджерів з внутрішнього середовища підприємства на його зовнішнє оточення для забезпечення своєчасної та адекватної реакції на зміни, що постійно відбуваються у ньому. Першим реальним кроком на шляху глибокого осмислення необхідності стратегічного управління була проведена конференція у Пітсбурзі (США, травень 1971 р.), на якій узагальнено результати розвитку стратегічного підходу в управлінні західними і східними компаніями, а також визначено основні напрями подальшого розвитку стратегічного управління. З 1973 року принципи стратегічного управління поступово завоюють визнання у розвинених країнах з ринковим типом економіки, а з кінця 80-х - початку 90-х років домінують у більшості транснаціональних компаній (суб'єкти підприємницької діяльності, що здійснюють її за межами однієї країни).

Стратегічне управління - це сучасна концепція ведення бізнесу, яка охоплює визначення цілей та завдань, напрямів діяльності, створює орієнтир для розміщення ресурсів та реалізації заходів для досягнення поставлених цілей.

Розробка стратегії опирається на такі принципи:

1. Орієнтація на довгострокові глобальні цілі підприємства як господарчої системи та економічні інтереси його власників.
2. Багатоваріантність можливих напрямків розвитку, яка обумовлена динамічністю зовнішнього середовища діяльності підприємства.

3. Безперервність розробки стратегії, постійна адаптація змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

4. Комплексність розробки стратегії, узгодженість стратегічних рішень за окремими напрямками діяльності підприємства, видами ресурсів, функціями тощо.

Стратегічне управління як процес передбачає визначення цільових орієнтирів підприємства, здійснення фінансового аналізу, розробку й реалізацію стратегії та здійснення контролю.

9.2. Поетапний процес розробки стратегії

Процес розробки стратегії діяльності підприємства здійснюється поетапно. Кожен етап розробки передбачає проведення комплексу робіт, сутність і зміст яких полягає у наступному:

1 етап – усвідомлення місії підприємства. Під місією підприємства розуміють генеральну глобальну ціль (причину, мотив) створення та функціонування підприємства (з точки зору його власників).

В більшості випадків місією підприємства є виробництво продукції (надання послуг), що відповідає потребам ринку та сприяє отриманню максимально можливого прибутку. Таке розуміння місії підприємства є нормальним з економічної точки зору і відповідає суті підприємницької діяльності.

Можливе інше усвідомлення місії підприємства – створення іміджу конкретної особи або групи осіб, сімейні традиції, підтримка (забезпечення) основного виду діяльності та інше. В цьому випадку економічна робота на підприємстві орієнтована не на отримання прибутку, а організовується на умовах самодостатності виробничої системи (самоокупності).

2 етап – вивчення стану зовнішнього середовища та ступеня його впливу на діяльність підприємства.

Підхід до управління підприємством надає першочергової уваги вивченню його зовнішнього середовища. Необхідність цього викликана значним впливом зовнішнього середовища на життєдіяльність підприємства. Воно не тільки визначає загальні умови (правила) ведення бізнесу, організацію підприємницької діяльності, але й багато в чому обумовлює ринковий успіх або невдачу підприємства, темпи його розвитку, результативні показники діяльності.

3 етап – оцінка сильних та слабких сторін діяльності підприємства.

На цьому етапі розробки стратегії проводиться комплексний аналіз

ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства, оцінюється потенціал підприємства, його конкурентний статус, конкурентоспроможність.

Метою проведення цієї роботи є оцінка можливостей підприємства щодо досягнення цілей розвитку: росту маси та норми прибутку, обсягу діяльності, збереження або зміцнення ринкових позицій та інше.

Аналіз ефективності господарської діяльності підприємства покликаний визначити його внутрішні проблеми, що потребують розв'язання в наступному періоді. Ступінь гостроти внутрішніх проблем може бути різна: від перших ознак (попереджувальних сигналів) до виникнення реальної загрози подальшому функціонуванню підприємства.

Зовнішнім проявом проблемної ситуації є зниження рівня кількісних та якісних показників діяльності, скорочення темпів їх росту, незбалансованість пропорцій між значеннями окремих показників.

Найбільш рання діагностика фінансових проблем підприємства дозволяє зосередити управлінські зусилля на їх вирішенні, визначити необхідні ресурси, методи та засоби впливу. Відсутність сучасних та адекватних заходів щодо вирішення проблемної ситуації призводить до розвитку кризи діяльності підприємства, реальної (фактичної в періоді, що досліджується) або потенційної (в майбутньому) втрати його конкурентоспроможності на ринку.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства має за мету визначення з одного боку, його конкурентних переваг, що є запорукою зростання прибутку підприємства, з іншого – недоліків (слабких сторін діяльності), які призводять до втрати частки ринку, скорочення «ринкової ніші» підприємства.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства є необхідним етапом розробки майбутньої стратегії його діяльності на ринку, оскільки остання повинна ліквідувати або нейтралізувати наявні недоліки та максимально використовувати виявлені конкурентні переваги.

4 етап – формування системи стратегічних цілей розвитку підприємства.

Вибір стратегій, цілей, дій – головне завдання у визначенні перспективи розвитку підприємства. Планування стратегічних цілей та дій, необхідних для досягнення кінцевих фінансових результатів – все це в сукупності становить план діяльності підприємства. Основною метою створення плану є допомога підприємству забезпечити його сталий розвиток та максимальне використання можливостей внутрішнього і зовнішнього середовища, які постійно змінюються.

Таким чином у плані враховуються, з одного боку, цілі та пріоритети підприємства, а з іншого – його реальні можливості, які обумовлені внутрішніми (господарськими) факторами розвитку та зовнішніми (ринковими) факторами, які можуть бути сприятливими чи несприятливими.

Стратегічний план є кінцевим продуктом роботи аналітиків та менеджерів. У деяких великих зарубіжних компаніях, документ, що містить стратегічний план на майбутній рік, готується завчасно та розповсюджується серед менеджерів та персоналу всіх організаційних рівнів управління, в інших компаніях цей план не розповсюджується так широко, але є доступним для аналітиків. Стратегічний план складається на всіх організаційних рівнях корпоративного управління. На підставі цих документів потім визначаються стратегічні напрямки діяльності головної компанії, а також напрямки розвитку господарських підрозділів, секторів бізнесу та окремих продуктів.

5 етап – розробка стратегічних альтернатив розвитку підприємства та їх оцінка (вибір).

Вибір альтернативи, яка мінімізує потенційні ризики та негативні наслідки. Наприклад, фінансовий директор може погодитися знизити ставку оголошених дивідендів, щоб профінансувати рекламну компанію підприємства, пов'язану з просуванням нового товару.

6 етап – впровадження заходів, що спрямовані на реалізацію обраного варіанту стратегічної альтернативи (прийнятої стратегії розвитку).

Комплекс заходів, спрямованих на ліквідацію так званого розриву між фактичними значеннями фінансових показників та їхніми цільовими значеннями. Кожна стратегічна ініціатива має бути

забезпечена достатньою кількістю ресурсів: людських, фінансових, технічних.

Підприємство повинно вживати заходи для зміцнення власних позицій на ринку (збільшення частки власної продукції, диверсифікації продуктів, насичення ринку новими продуктами).

7 етап – моніторинг ходу реалізації стратегії (її коригування).

Моніторинг звичайно не закінчується тільки збором інформації, а спрямований також на розкриття причин зміни стану досліджуваних факторів і передбачення трендів їх розвитку. Такий підхід до відстежування зовнішнього середовища дозволяє визначити можливості і загрози, що можуть сприяти або перешкоджати діяльності організації.

9.3. Оцінка управління підприємством

Існує тісний зв'язок між минулим, теперішнім і майбутнім станом ефективності діяльності підприємства – станом, що характеризує рівень отриманого кінцевого результату та створених протягом певного періоду можливостей розвитку й можливостей занепаду. Сучасним управлінцям доводиться ретельно аналізувати зовнішнє середовище для своєчасного внесення змін до обраної політики діяльності. Вони повинні чітко розуміти особливості діяльності свого підприємства, його сильні та слабкі сторони, щоб передбачити, які зміни можуть принести успіх.

Особливе значення для розвитку підприємства мають управлінські рішення, які умовно поділяються на організаційні, компромісні, інтуїтивні, рішення, що базуються на судженнях, раціональні рішення.

Організаційні рішення визначають вибір, який має зробити керівник для того, щоб виконати покладені на нього обов'язки, тобто забезпечити просування підприємства до поставлених цілей.

Серед організаційних рішень виділяють запрограмовані і незапрограмовані. Перші з них мають високий рівень структуризації. Наприклад, фінансовий директор приймає рішення щодо інвестування надлишку готівки в цінні папери, які забезпечують найвищу доходність. У цьому випадку критерій вибору є запрограмованим. Незапрограмовані рішення мають низький рівень структуризації і приймаються, якщо складно передбачити всі його наслідки.

На практиці переважна більшість рішень є запрограмованими, що певною мірою полегшує аналіз ризиків, дозволяє попередньо оцінити результати прийнятих рішень.

У багатьох випадках управлінське рішення за своєю природою є *компромісним*, тобто вибором альтернативи, яка мінімізує потенційні ризики та негативні наслідки. Наприклад, фінансовий директор може погодитися знизити ставку оголошених дивідендів, щоб профінансувати рекламну компанію підприємства, пов'язану з просуванням нового товару. Без сумніву, подібне рішення може призвести до тимчасового погіршення показників звітності, але у перспективі принесе більше користі. Тому компромісні рішення дозволяють мінімізувати ризик.

У процесі прийняття управлінських рішень велике значення мають *інтуїтивні рішення*, коли вибір робиться на підставі відчуття того, що він правильний. Якщо інтуїтивні моменти присутні в процесі прийняття стратегічних рішень, оцінити їх ризик досить важко. У будь-якому випадку інтуїтивне рішення вважається набагато ризикованішим, ніж *рішення, що базується на судженнях*, коли вибір обумовлений знаннями або нагромадженням досвідом.

Найважливішим критерієм ефективності управлінських рішень є *якість управлінського рішення* – це сукупність параметрів рішення, які відповідають визначеній меті управління і забезпечують реальність її досягнення.

Стратегія інтегрує багато конкурентоспроможних дій та підходів до бізнесу, від яких залежить успішність діяльності підприємства. В цілому, стратегія – це план управління підприємством, спрямований на зміцнення його позицій, задоволення потреб споживачів та досягнення передбачених результативних фінансових показників.

Стратегія виробничої діяльності - це система й механізм управління виробничими активами і потенціалом підприємства в умовах конкуренції, змін ринку та невизначеності картин майбутнього.

Оцінка ефективності інвестицій ґрунтується на врахуванні дії фактора часу. Вважається, що сьогоденні гроші мають більшу вартість, ніж завтрашні, тому що вони можуть негайно бути інвестовані і почати приносити дохід. Це твердження є наріжним (лежить в основі) у побудові системи показників оцінки інвестиційної діяльності.

Для врахування фактора часу застосовуються такі методи, як:

- нарощення, або компаундування (збільшення початкової суми шляхом нарахування відсотків за певний період);
- дисконтування (означає визначення початкової або теперішньої вартості грошових коштів, на основі їх відомого або передбаченого значення у майбутньому). Відсоткова ставка, що застосовується під час дисконтування, називається ставкою (або нормою) дисконту.

Принципи оцінки інвестиційних рішень:

1) оцінка повернення грошових коштів здійснюється на основі показника грошового потоку, який складається із сум чистого прибутку та амортизаційних відрахувань;

2) обов'язково приводяться до теперішньої вартості суми майбутніх грошових надходжень від проекту, а також капіталовкладення; якщо вони здійснюються поетапно, їх вартість також слід приводити до теперішньої вартості, за винятком нульового етапу (початкове вкладення);

3) варіація форм дисконтної ставки — в якості дисконтної ставки може бути обрано:

- середню депозитну ставку в банку;
- середню кредитну ставку;
- норму рентабельної поточної господарської діяльності;
- норму доходу (рентабельність) альтернативних інвестицій тощо.

Дисконтна ставка відображає альтернативність використання інвестиційних коштів.

4) рівень дисконтної ставки може змінюватися залежно від:

- рівня інфляції. Чим вищий ступінь інфляції, тим вищим буде рівень дисконтної ставки, величина якої зростатиме на величину так званої «премії за інфляцію»;
- ступеня ліквідності інвестицій (що нижчий рівень ліквідності капіталовкладень, тобто чим триваліший термін вкладання інвестицій, тим вищий розмір премії за низьку ліквідність). Ступінь ліквідності визначається тривалістю проекту;
- рівень ризику, що асоціюється з даним проектом. Що вищий рівень ризику, то вищою буде так звана «премія за ризик», виражена у відсотках.

Премія за ризик, так само як і премія за інфляцію чи низьку ліквідність, - це додатковий дохід, якого очікує інвестор, вкладаючи

кошти в інвестиційні проекти, що характеризуються вищим, порівняно з іншими, рівнем ризику, або відбуваються в умовах високої інфляції чи передбачають тривалий період реалізації. «Премії» найчастіше виражаються у відсотках.

Критерій (оцінка) рішень являє собою правило порівняння і вибору альтернатив, що визначає економічний і соціальний ефект.

Основними завданнями аналізу фінансових результатів діяльності підприємства є: оцінка динаміки показників прибутку, обґрунтування утворення та розподілу їх фактичної величини; виявлення та вимірювання дії різних факторів на прибуток; оцінка можливих резервів майбутнього зростання прибутку на основі оптимізації обсягів виробництва та витрат.

До узагальнюючих показників фінансових результатів діяльності підприємства належать: прибуток (збиток) від реалізації продукції (робіт, послуг); прибуток (збиток) від іншої реалізації; доходи та витрати від позареалізаційних операцій; балансовий прибуток; оподаткований прибуток; чистий прибуток.

Показники фінансових результатів характеризують абсолютну ефективність господарювання підприємства.

Узагальнена оцінка ступеня ефективності управління підприємством проводиться за фінансовими коефіцієнтами та визначається загальна оцінка ефективності управління підприємством.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України : закон України від 16.01.2003 № 436-IV / Верховна рада України. 2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
2. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : закон України від 16.07.1999 № 996-XIV / Верховна рада України. 1999. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.
3. Про інвестиційну діяльність : закон України від 18.09.1991 № 1560-XII / Верховна рада України. 1991. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>.
4. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
5. Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації : наказ Міністерства фінансів України, Фонду державного майна України від від 26.01.2001 №49/121. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01#Text>.
6. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства : наказ Міністерства фінансів України від 19.01.2006 № 14. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0014665-06#Text>.
7. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання» : наказ Міністерства фінансів України від 31.01.2000 № 20. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00#Text>.
8. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» : наказ Міністерства фінансів України від 29.11.1999 № 290. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text>.
9. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : наказ Міністерства фінансів України від

31.12.1999

№

318.

URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>.

10. Економічне перетворення: міжнародна співпраця та ефективна державна політика України під час воєнного стану : підручник / В. В. Галкін, О. М. Губаренко, О. М. Ащеулова та ін. Дніпро : Середняк Т.К., 2024. 198 с. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/18567>.
11. Кондратенко Н. О. Фінансовий аналіз : конспект лекцій для студентів бакалавріату усіх форм навчання спеціальності 281 – Публічне управління та адміністрування / Н. О. Кондратенко, К. О. Великих; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. Бекетова, 2020. – 166 с. URL: https://eprints.kname.edu.ua/55385/1/2019%20%D0%BF%D0%B5%D1%87.184%D0%9B%20%D0%9A%D0%9B_%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%B%D0%B8%D0%B7%201.03.pdf.
12. Пилипенко О. В. Стратегічний аналіз : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / за ред. М. І. Ковалю. Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2018. 350 с.

Навчальне видання

ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ

курс лекцій

Укладачі: **Галкін** Василь Васильович
Галкіна Тамара Всеволодівна

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 4,3
Тираж ____ прим. Зам. № ____

Надруковано у видавничому відділі
Миколаївського національного аграрного університету
54029, м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

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