

$$j = \frac{\beta_1 \cdot РПл + \beta_2 \cdot \Phi Н + \beta_3 \cdot ЯА}{\beta_1 + \beta_2 + \beta_3},$$

де $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ – коефіцієнти значущості відповідних показників.

Перевагою даного методу є можливість доповнення будь якої кількості аналітичних напрямків і коефіцієнтів оцінки фінансового стану підприємства в разі потреби в їхньому включенні в інтегральний показник.

Беззбитковий метод базується на ролі операційного важеля у формуванні результатів діяльності підприємства, на можливості керування його витратами та результатами для досягнення необхідних показників беззбитковості виробництва. Цей метод включає базовий аспект діяльності підприємства – беззбитковість і тісно пов'язані з управлінням витратами, однак він не узгоджується з такими сторонами оцінки діяльності підприємства, як його конкурентоспроможність, кредитоспроможність, ринкова і ділова активність.

Рівноважний метод базується на понятті ліквідності й оцінці фінансового стану підприємства. Даний метод широко застосовується у світовій практиці. Проте він не дає можливості врахувати стан підприємства у конкурентному, діловому, кредитному і ринковому середовищі.

Вибір конкретного методу діагностики фінансового стану підприємства залежить від специфіки його діяльності, організаційної структури, кваліфікації кадрового потенціалу підприємства. Контроль за фінансовим станом підприємства у першу чергу лежить на працівниках фінансово-економічної служби підприємства та керівниках.

Література

1. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. пос. – К.: ЦУЛ, 2003. – 351 с.
2. Білик М.Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємств// Фінанси України. – 2005, № 3. – С. 117-128.
3. Федоренко В.І. Оцінка та діагностика фінансового стану підприємства// Економіка та держава. – 2004, № 1. – С. 26-29.
4. Шкроміда В.В. Рейтингова оцінка фінансового стану підприємства// Проблеми науки. – 2003, № 1. – С. 46-54.

УДК 339.15.054.22

*Проф. М.М. Павлишенко, д-р екон. наук;
магістр О.Я. Гонсьор – Львівська КА*

ПРИБУТОК – ОСНОВНИЙ ПОКАЗНИК ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто зміст фінансового стану підприємства та методи його аналізу, де прибуток вважається основним (узагальнюючим) його показником. Вказано на необхідність диференційованого підходу до джерел формування прибутку підприємства. Основним чинником його зростання повинно бути вдосконалення технології виробництва, підвищення продуктивності праці й зниження собівартості продукції. Зростання прибутку за рахунок штучного підвищення цін і інфляції свідчить про хиткий фінансовий стан підприємства.

Ключові слова: фінанси, вартість, собівартість, ціна, прибуток.

Prof. M.M. Pavlyshenko, master O.Y. Gonsyor – Lviv Commercial Academy

Gain is the fundamental indicator of financial condition of enterprise

The autor conciders content of financial condition of enterprise and methodes its analysis, where the gain is the fundamental (general) its indicator. The autor lookes the necessity of the individual approach to the sources of form the gain of the enterprise. The fundamental condition its increase must be the improve the technology manufacture, increase the productive labour and the lowering cost production. The increase the gain at the expense of artificial increase the prices conduct to the price inflation and witness about the unsteady financial condition of enterprise.

Keywords: Finance, cost, price, gain.

Перехід України до нової форми економічних відносин, що ґрунтується на ринкових методах, зумовлює потребу вирішення нових завдань, пов'язаних з економічним розвитком підприємств. В умовах ринкового господарювання найважливішими чинниками, що обумовлюють масштаби і темпи розвитку підприємства, є обсяг і структура фінансових ресурсів, які перебувають в його розпорядженні. Без визначення фінансових можливостей та перспектив забезпечення сталого фінансового стану підприємство не може досягти стабільного економічного розвитку.

Правильна оцінка фінансових результатів діяльності та фінансово-економічного стану підприємства за сучасних умов господарювання конче потрібна як для його власників, так і для інвесторів, партнерів, кредиторів, державних органів.

Проблему сутності фінансового стану та його аналізу досліджували українські науковці, зокрема, Є.В. Мних, С.Ф. Покропивний, Н.П. Штепа, Н.С. Приходько, Д.В. Шиян, Н.С. Строченко, М.Я. Коробов, Н.В. Тарасенко та інші. Поряд з тим, єдиної думки серед них з цього питання немає. Невизначено й узагальнюючого показника оцінки фінансового стану підприємства.

Головною метою статті є дослідження сутності фінансово-економічного стану підприємства та його аналізу, а також обґрунтування узагальнюючого показника його оцінки.

Виклад результатів дослідження. Є.В. Мних вважає, що "фінансовий стан підприємства характеризується сукупністю параметрів, які виражають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів" [1, с. 117].

Дещо подібне визначення подають Н.П. Штепа та Н.С. Приходько. Вони стверджують, що "фінансовий стан підприємства – це характеристика фінансових ресурсів та фінансових взаємовідносин підприємства з іншими юридичними та фізичними особами на певну дату або за певний період" [2, с. 135].

На нашу думку, ці твердження є неповними, оскільки не вказується, як саме характеризується фінансовий стан підприємства.

Ширше визначення подає Н.В. Тарасенко. Вона вважає, що "фінансовий стан – це здатність (спроможність) підприємства фінансувати свою діяльність. Він характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, які необхідні для нормального функціонування підприємства, доцільністю їх розміщення та ефективністю використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими юридичними та фізичними особами, платоспроможністю та фінансовою стійкістю" [3, с.275].

На питання: "Як саме характеризується фінансовий стан підприємства?" – відповідає М.Я. Коробов так: "Фінансовий стан підприємства можна визначити як міру забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами і ступінь раціональності їх розміщення для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями" [4, с.354].

Найточніше, на нашу думку, визначення дає С.Ф. Покропивний. Він вважає, що "фінансово-економічний стан підприємства характеризується ступенем його прибутковості та обіговості капіталу, фінансової стійкості та динаміки структури джерел фінансування, здатності розраховуватися за борговими зобов'язаннями" [5, с.440].

Умови ринкової економіки вимагають вирішення таких питань, як вибір партнерів у бізнесі, а для цього необхідно знати фінансовий стан свого контрагента, щоб уникнути фінансового ризику у ділових стосунках. Крім того, для виявлення і мобілізації резервів зміцнення фінансового стану підприємства необхідно систематично спостерігати за власним фінансовим "здоров'ям", орієнтуючись на визначені оптимальні (нормальні) значення основних показників стійкості.

За необхідності використання банківських кредитів у своїй господарській діяльності підприємство вивчає надійність комерційного банку, а банки, своєю чергою, вивчають конкурентоспроможність своїх клієнтів, тобто здатність останніх вчасно повернути суму кредиту та сплатити "ціну" кредиту – суму відсотків за користування кредитом.

Аналіз фінансового стану є обов'язковим елементом фінансового контролю. Фіктивні та приховані банкрутства, махінації з фінансовими ресурсами у зв'язку з недосконалістю законодавства, ухилення від сплати податків вимагають від контролюючих органів глибоких знань з фінансового аналізу.

Таким чином, різноманітність форм власності, підвищення самостійності підприємств в управлінні своєю господарською діяльністю призвели до зміни пріоритетності завдань економічного аналізу і висунули на перше місце саме аналіз фінансового стану підприємств.

Основні чинники, що визначають фінансовий стан, – це, по-перше, виконання фінансового плану і поповнення в міру потреби власного обігового капіталу, за рахунок прибутку і, по-друге, швидкість обіговості обігових коштів. Сигнальним показником, в якому проявляється фінансовий стан, є платоспроможність підприємства, тобто його здатність своєчасно задовольняти платіжні вимоги постачальників сировини, матеріалів, техніки, згідно з господарськими угодами, повертати банківські кредити, проводити оплату праці персоналу, вносити платежі в бюджет.

Економістам постійно доводиться вирішувати складні завдання аналізу фінансової стійкості підприємства: наявність необхідної кількості коштів для погашення боргових зобов'язань; швидкість перетворення коштів, вкладених в активи, у реальні гроші; ефективність використання капіталу і т.ін.

Щоб вижити в умовах ринкової економіки і не допустити банкрутства підприємства, необхідно добре знати, як управляти фінансами, якою повинна

бути структура капіталу за складом та джерелами утворення, яку частку повинні становити власні кошти, а яку – позичені. Необхідно знати і такі поняття ринкової економіки, як ділова активність, ліквідність, платоспроможність, запас фінансової стійкості (зона безпеки), ступінь ризику та інші, а також методику їх аналізу.

Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної й фінансової діяльності. Чим вищі показники виробництва і реалізації продукції (робіт і послуг), тим нижча їх собівартість, тоді вища рентабельність і більший прибуток, кращим є фінансовий стан підприємства. І навпаки, внаслідок недовиконання плану з виробництва і реалізації відбувається підвищення собівартості продукції (робіт, послуг), зменшення виторгу і суми прибутку і, як наслідок, – погіршення фінансового стану підприємства і його платоспроможності.

При цьому варто мати на увазі, що прибуток, передусім, створюється затратами додаткової праці виробників як матеріальна основа розвитку виробництва (утворення фонду нагромадження, страхових і резервних фондів тощо), а не для збагачення підприємців (бізнесменів), як це часто сприймається. А тому він входить до складу ціни (вартості товару) і становить собою різницю між вартістю (ціною) і собівартістю продукції. І ніякої заслуги підприємця (бізнесмена) в цьому прибутку немає. Він є для нього об'єктивною категорією, що визначається рівнем ціни, яка встановлюється, виходячи із суспільно необхідного рівня господарської діяльності аналогічних підприємств (як середньозважена величина їх індивідуальної вартості).

Збільшення (зменшення) цього прибутку може відбуватися тільки за рахунок підвищення (зниження) рівня господарської діяльності підприємства порівняно зі суспільно необхідним. Справа в тому, що у витратах виробництва (собівартість продукції) знаходить своє відображення той рівень господарської діяльності підприємства, який фактично існує у даний момент, водночас як у ціні на певний період часу зберігається її суспільно необхідний рівень. Зниження собівартості продукції за стабільної ціни веде до зростання прибутку підприємства. Це зростання прибутку означає й зростання рівня господарської діяльності підприємства, а отже, і його фінансово-економічної стабільності, порівняно зі суспільно необхідним рівнем.

Коли його досягне переважна більшість підприємств, відбувається перегляд цін у бік їх зниження. Це означає, що водночас змінюється й суспільно необхідний рівень господарської діяльності підприємств у бік його підвищення. Організаційно господарський надприбуток, який отримувався до цього часу підприємством, зникає і залишається той прибуток, який зафіксовано в ціні. Щоб одержувати його, підприємство знову повинно вдосконалювати технологію виробництва, підвищувати продуктивність праці й знижувати собівартість продукції. І цей процес утворення надприбутку періодично повторюється.

Таким чином, прагнення підприємств до одержання максимальних прибутків є, по суті, їх прагненням до постійного вдосконалення технології виробництва, зростання продуктивності праці й зниження собівартості продукції, тобто до постійного розвитку виробництва. А одержуваний надприбу-

ток є матеріальним стимулом цього розвитку. Гнучкість і динамічність ринкових цін, що відбуваються під впливом ринкової кон'юнктури, не відмінняє цієї залежності, але тільки дещо ускладнює її за рахунок того, що знизилася не тільки собівартість продукції, але і сама ціна.

На жаль, в економічній літературі немає такого розмежування прибутковості підприємств. Прибуток однозначно сприймається тільки як різниця між грошовою виручкою від реалізації продукції й її собівартістю і виглядає не як вартість, створена затратами додаткової праці виробників, а просто як надлишок ціни над витратами виробництва, заслуга в одержанні якого приписується тільки підприємцю (бізнесмену) як така собі винагорода ринку за його підприємницьку діяльність.

Через це основним чинником зростання прибутковості підприємства стає не підвищення продуктивності праці й зниження собівартості продукції, а підвищення цін. Тому можна одержувати прибуток і при незмінному рівні господарської діяльності (собівартості продукції), а то й при його зниженні, якщо добре налагоджена спекулятивна діяльність підприємства.

Якщо у першому випадку зростання прибутковості підприємства супроводжується зростанням кількості продукції, то у другому випадку зростання цін і прибутку відбувається при незмінній кількості продукції. А тому цей приріст "вартості" є фіктивним і на макрорівні веде до інфляційних процесів, зокрема цінової інфляції [6, с.61-71]. І тільки на мікрорівні він веде до перерозподілу створеної вартості за рахунок нееквівалентного обміну [7, с.34-42].

Тому ринкова економіка, де основною метою виробництва (бізнесу) вважається одержання максимальних прибутків, перетворюється, по суті, з цивілізованої форми використання об'єктивно діючих законів розвитку товарного виробництва у стихійний середньовічний спекулятивний базар, де виживає той, хто сильніший, спритніший, підліший, не визнає моралі й не знає меж у самозбагаченні. Така ринкова економіка не має майбутнього і повинна відійти зі суспільної арени, оскільки суперечить основному принципу здійснення товарних відносин: від кожного – за здібностями, кожному – за правом.

На підставі зазначеного вище можна зробити такі загальні висновки:

- у прибутку, як у фокусі, знаходять своє відображення всі сторони господарської діяльності підприємства, а тому він може бути основним (узально-вальним, комплексним) показником його фінансово-економічної стійкості;
- утворення такого прибутку має відбуватися відповідно до об'єктивно діючих економічних законів товарного виробництва і відображати постійний процес його розвитку, зростання продуктивності праці й зниження собівартості продукції;
- спекулятивні методи зростання прибутковості підприємства повинні бути відкинуті як антинаукові, вони свідчать про зниження рівня господарської діяльності, а отже і стійкості його фінансово-економічного стану, яка штучно підтримується спекулятивними методами.

Стійкий фінансовий стан, правильне регулювання фінансів у процесі господарської діяльності, своєю чергою, позитивно впливають на виконання виробничих планів і забезпечення потреб виробництва необхідними ресурсами. У практиці роботи підприємств не рідко бувають випадки, коли й у підприємств, які добре працюють, виникають фінансові ускладнення, викликані

нераціональним розміщенням і використанням фінансових ресурсів. Саме тому фінансова діяльність, як складова господарської діяльності, спрямована на забезпечення планомірного надходження і витрачання грошових ресурсів, виконання розрахункової дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власного і позикового капіталу та ефективного його використання.

В об'єктивній оцінці фінансового стану зацікавлені всі користувачі бухгалтерської (фінансової) звітності. Н.В. Тарасенко об'єднує їх у три основні групи:

- особи, які безпосередньо займаються бізнесом на даному підприємстві;
- особи, які не працюють на підприємстві, але мають пряму фінансову зацікавленість у даному бізнесі (наприклад, власники акцій);
- особи, які мають непряму фінансову зацікавленість у даному бізнесі (податкові служби; фондові біржі, які займаються купівлею-продажем цінних паперів; органи, які контролюють ціни, експорт та імпорт; профспілки; преса та ін.).

Н.П. Штепа та Н.С. Приходько користувачів інформації поділяють на зовнішніх і внутрішніх.

Зовнішні користувачі інформації – банки, кредитори, інвестори – оцінюють:

- частку власних коштів у загальній сумі джерел коштів. З позиції фінансового ризику останній зростає, якщо за даними балансу підприємства частка його власного капіталу у валюті балансу зменшується;
- вивчають динаміку структури джерел коштів, що дає змогу мати уяву про розширення або звуження діяльності підприємства.

Внутрішні користувачі інформації – керівник або власник, економічна, бухгалтерська, фінансова служба підприємства вивчають показники фінансової звітності для визначення реального фінансового стану та виявлення резервів його зміцнення.

У кожного аналітика своя мета:

- інвесторів цікавить рівень стабільності доходів за акціями;
- кредиторів – платоспроможність і ліквідність підприємства;
- менеджерів (керівників) – дохідність активів (майна) та ефективність управління ними.

І усі зацікавлені у зміцненні економічного стану підприємства, стійкому до зовнішніх і внутрішніх змін фінансово-господарського середовища.

Залежно від інформаційного забезпечення і зацікавленості різних груп споживачів у вивченні окремих питань аналізу фінансового стану, останній поділяється на зовнішній і внутрішньогосподарський.

Зовнішній аналіз спирається переважно на фінансову звітність, яку становлять за єдиними формами, незалежно від типу власності й яку підприємства подають в органи державної податкової інспекції, банківські установи, що уклали договір з цим підприємством, власникам підприємств, заснованих на акціонерній та іншій колективній власності; біржам та іншим організаціям, в які підприємство входить на добровільній основі, якщо подання такої звітності передбачено установчими документами та договорами.

Зовнішній і внутрішньогосподарський аналізи, залежно від поставлених цілей і термінів проведення, поділяється на ретроспективний (аналіз результатів господарської діяльності за минулий період), перспективний (прог-

нозний), спрямований на очікувану оцінку очікуваної фінансової сталості, платоспроможності, забезпеченості фінансовими ресурсами та ефективності їх використання в майбутньому календарному періоді, порівняльний (між декількома підприємствами) й оперативний, який виконується у процесі регулювання фінансових показників.

Внутрішньогосподарський аналіз виконується для керівників підприємства, його внутрішніх функціональних і лінійних підрозділів, деталізується необмежено за їхніми запитами, оскільки для внутрішніх користувачів інформаційна база може включати всю сукупність даних бухгалтерського, статистичного, оперативного та первинного обліку.

В умовах ринкової економіки багато чого в роботі підприємств залежить від контрагентів (постачальників, покупців, банків, підрядників і т. д.), яких підприємства повинні вибирати самостійно. Робота підприємства залежатиме від того, наскільки швидко і правильно воно орієнтуватиметься у системі ринкових відносин, наскільки точно і безпомилково вибиратиме собі ділових партнерів.

Необхідність проведення внутрішньогосподарського аналізу викликана також і появою ринку цінних паперів та акціонерних товариств, який вимагає від підприємства постійної оцінки ефективності вкладених коштів в акції, облігації, а також у вигляді частки в інші підприємства.

Нарешті, підприємствам, які прагнуть до такого економічного статусу, як фінансово незалежне самостійне підприємство, треба забезпечити конкурентоспроможність продукції, а також самої діяльності. Щоб забезпечити успіх на ринку, мати високі прибутки, потрібно надавати належну увагу не тільки зниженню собівартості продукції, а й таким сферам, як реалізація і збут продукції, поліпшення фінансового стану, результатів діяльності.

У сучасному світі, коли ринкова конкуренція стає все жорсткішою, але не за рахунок чинника цін, а в результаті виникнення витонченіших методів і форм суперництва фірм на ринку, головна мета керівника підприємства вже не може полягати тільки у прагненні знижувати витрати виробництва. Виживання підприємства все частіше зумовлюється дією чинників більш довготермінового порядку, ніж просто економія яких-небудь видів прямих або накладних витрат.

За таких обставин варто більше часу приділяти таким сферам, як реалізація і збут продукції, збільшення доходів і поліпшення свого фінансового стану, а не тільки управлінню виробництвом з метою зниження його витрат.

Тому аналіз повинен входити до системи маркетингу, який даватиме інформацію про виробу: чому їх хочуть купувати споживачі, про ціни, які споживачі готові заплатити, про те, де ємність ринку найвища, де збут продукції підприємства може принести найбільший прибуток. Маркетинг допомагає зрозуміти, як підприємство повинно організувати збут своєї продукції, як проводити кампанію з просування на ринку нових виробів, будувати стратегію реклами.

Висновки. Отже, підвищення ефективності виробництва підприємства, зміцнення його конкурентоспроможності вимагають принципово нових підходів до управління й організації виробництва. Тому для прийняття правильних управлінських рішень треба, з одного боку, вміти чітко аналізувати і взаємопов'язувати реальні процеси, з іншого – виявляти закономірності

й тенденції розвитку подій, які спрямовують діяльність підприємства у цих реальних умовах на досягнення поставлених цілей, звернувши основну увагу на те, що фінансовий стан підприємства є вартісною формою відображення його виробничо-господарської діяльності, а тому цілком залежить від неї. Тому зростання прибутку, який є основним (узагальнюючим) показником рівня господарської діяльності підприємства і його фінансового стану, повинно відбуватись тільки за рахунок вдосконалення технології виробництва, підвищення продуктивності праці й зниження собівартості продукції. Спекулятивні методи зростання прибутковості підприємства є антинауковими.

У процесі проведення аналітичної роботи потрібно вміло поєднувати різні види аналізу.

Література

1. Мних Є.В. Економічний аналіз. – К.: Либідь, 2003.
2. Штепа Н.П., Приходько Н.С., Думинець О. С. Економічний аналіз. – Львів: Світ, 2005. – 264 с.
3. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства. – К.: Наука, 2000. – 542 с.
4. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств. – К.: Наука, 2000. – 282 с.
5. Економіка підприємства. За заг. ред. Покропивного С.Ф. – К.: Наука, 2005. – 482 с.
6. Павлишенко М.М. Суть єдності товарного і грошового обігу. – Економіка України, 2004, № 9. – С. 34-38.
7. Павлишенко М.М. Роль закону єдності товарного і грошового обігу в утворенні прибутку. – Економіка України, 2006, № 2. – С. 44-58.

УДК 334.761

Аспір. В.В. Якімцов – НЛТУ України, м. Львів

ПАРАМЕТРИЧНИЙ ОПИС ВИРОБНИЧОЇ СИСТЕМИ ДЛЯ АНАЛІЗУ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ КООПЕРУВАННЯ

Розглядається виробнича система із виготовлення щитових елементів меблів до та після застосування кооперування. Визначено межі дослідження для аналізу та еколого-економічної оцінки спеціалізації та кооперування меблевих підприємств. Встановлено та визначено мінімальну кількість параметрів для визначення еколого-економічної ефективності кооперування та спеціалізації меблевих підприємств.

Ключові слова: виробнича система, кооперування, спеціалізація, ефективність, параметри системи.

Post-graduate V.V. Yakimtsov – NUFWT of Ukraine, L'viv

Parameter description for the analysis of environmental efficiency of the production system cooperation

In article is considered the production system of furniture making before and after cooperation application. There are definite the scopes of research for the analysis and ecologo-economical estimation of furniture enterprises specialization and cooperation. It is definite the minimal amount of parameters for ecologo-economical efficiency determination of furniture enterprises specialization and cooperation.

Keywords: production system, cooperation, specialization, efficiency, parameters of the system.