

6. Промисловість України у 2007-2010 роках : стат. зб. / за ред. Л.М. Овденко. – К. : Дер-жком. статистики України, 2011. – 307 с.

7. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобаліза-ційних викликів. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/doccatalog/list? currDir=48718>.

Колодийчук А.В. Анализ инновационного развития промышленности Украины

Проанализированы основные показатели инновационной активности промышлен- ных предприятий, обнаружены перспективные отрасли и регионы Украины для активизирования инновационной деятельности в промышленности. Проанализирова- но также состояние и перспективы научно-технической почвы инновационного раз- вития промышленности.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, инновационная де- ятельность, промышленность, наука, техника, инновационные виды продукции, тех- нологические процессы, финансирование.

Kolodiychuk A.V. Analysis of innovative development of industry of Ukraine

The basic indexes of innovative activity of industrial enterprises are analyzed in the article, found out perspective industries and regions of Ukraine for activation of innovative activity in industry. The state and prospects of scientific and technical soil of innovative development of industry are analyzed also.

Keywords: innovations, innovative development, innovative activity, industry, scien- ce, technique, innovative types of products, technological processes, financings.

УДК 61.068:1810

Аспір. К.А. Колодязна¹ –

ДонНУЕТ ім. Михайла Туган-Барановського

МОДИФІКАЦІЯ ПРОЦЕСУ ОБҐРУНТУВАННЯ ПОТРЕБИ ПІДПРИЄМСТВ В ОБОРОТНИХ КОШТАХ

Розглянуто особливості модифікації процесу обґрунтування потреби торго- вельних підприємств в оборотних коштах. Висвітлено теоретичні положення та практичні підходи щодо обґрунтування потреби підприємств в оборотних коштах.

Ключові слова: стратегія, власний капітал, прибуток, оборотні кошти.

Постановка завдання, мета роботи. Для ефективного управління обо- ротними активами необхідною умовою є планування їх обсягу та джерел фінансування у плановому періоді. Можливість обґрунтування планової потреби в оборотних коштах та її узгодження з можливими джерелами фінансування стає реальною у процесі розроблення балансу оборотних коштів підприємства.

Обґрунтування планової потреби підприємства в оборотних коштах, визначення потреби в них у плановому періоді є необхідною передумовою ефективного використання оборотних активів підприємства. Формування оборотних активів у недостатньому обсязі буде ускладнювати нормальне протікання господарської діяльності та може спричинити шкоди у ній. Над- лишково сформовані розміри оборотних активів сприятимуть виникненню

додаткових витрат на їх зберігання, а також недоотримання прибутку від їх використання.

Обґрунтування планової потреби в оборотних активах передбачає оцінку потреби в окремих елементах оборотних активів: запасах сировини та матеріалів; запасах готової продукції; під фінансування дебіторської заборго- ваності; грошових коштах; інших видах оборотних активів. При цьому варто зазначити, що перші дві групи оборотних активів представляють собою нор- мовані активи. Тому під час розрахунку потреби в них використовуються нор- мативи оборотних коштів, які підприємство може розраховувати самостійно.

Результати дослідження. У вітчизняній і зарубіжній теорії та практи- ці досліджували проблеми модифікації процесу обґрунтування потреби під- приємств в оборотних коштах такі відомі вчені, як: І. Бланк, В. Бочаров, М. Грещак, М.І. Баканів, А.Д. Шеремет та ін. [1, 2]. Проте ці проблеми моди- фікації процесу обґрунтування потреби підприємств в оборотних коштах в Україні досліджені недостатньо. Українські вчені-економісти протягом ос- таннях років не проявляли помітної зацікавленості цією темою, і лише неда- во почали з'являтися публікації, об'єктом аналізу яких було вдосконалення процесу обґрунтування потреби підприємств в оборотних коштах.

Основна мета роботи полягає у дослідженні та проведенні модифікації процесу обґрунтування потреби торговельних підприємств в оборотних кош- тах. Вибір стратегії та її реалізація становлять основну частину стратегічного планування. Стратегія необхідна будь-якому підприємству, що претендує на успіх, щоб визначити в якому напрямі воно буде розвиватися. Загальна стра- тегія розвитку торговельного підприємства спирається на функціональні стратегії: маркетингову, фінансову, зростання товарообігу, соціальну, іннова- ційну, екологічну, стратегію НДДКР, зовнішньоекономічної діяльності та стратегії інших напрямів діяльності.

Особливе місце в складі фінансової стратегії посідає стратегія форму- вання капіталу підприємства. Своєю чергою, стратегія формування капіталу включає в себе дві складові, які нерозривно пов'язані між собою – це стра- тегія формування власного капіталу та стратегія залучення позикового капіталу [1]. Фінансову основу підприємства представляє сформований їм власний ка- пітал. Управління власним капіталом не тільки із забезпеченням ефективного використання вже нагромадженої його частини, але й із формуванням влас- них фінансових ресурсів, що забезпечують майбутній розвиток підприємства.

Основним завданням управління власними фінансовими ресурсами є забезпечення необхідного рівня самофінансування розвитку господарської діяльності підприємства в майбутньому періоді. На основі оцінки формуван- ня власного капіталу виявлено, що основною особливістю політики управлін- ня власним капіталом на підприємствах торговельної мережі є низька питома вага власних джерел фінансування діяльності цих підприємств (у середньому близько 2,36 %). Цю проблему може бути вирішено завдяки максимізації власного капіталу.

З проведеного аналізу формування власного капіталу підприємств видно, що власний капітал на всіх трьох досліджуваних підприємствах по-

¹ Наук. керівник: д.е.н., професор, академік АЕН України Садеков Алімжан Абдулович – Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган - Барановського

повнюється за рахунок чистого прибутку, оскільки амортизаційні відрахування в загальній величині власного капіталу мають дуже незначну частку та практично не впливають на суму власних фінансових ресурсів. Тому визначення потреби у власному капіталі буде засноване на плануванні величини чистого прибутку підприємств.

На практиці застосовують різні методи планування прибутку. Для планування прибутку підприємств торговельної мережі ми обрали метод цільового формування, оскільки він дає змогу забезпечити найбільшу ув'язку планових його показників зі стратегічними цілями управління прибутком у плановому періоді. Цей метод засновано на попередньому визначенні потреби у власних фінансових ресурсах, сформованих за рахунок чистого прибутку підприємств. Для визначення цільового прибутку необхідно визначити обсяг капіталізованої частки прибутку та прибутку, що спрямований на споживання. Згідно з перспективним планом у складі капіталізованої частини прибутку передбачають: приріст основних фондів; приріст власних оборотних активів; відрахування в резервний фонд.

Прибуток, що використовується на споживання, планують на підприємстві в розрізі таких основних елементів: виплата відсотків власнику; кошти, спрямовані на матеріальне стимулювання та соціальний розвиток персоналу; інші форми споживання прибутку не передбачаються. Таким чином, заплановані значення прибутку підприємств торговельної мережі, розраховані програмно-цільовим методом, враховують внутрішні потреби підприємств у виробничому та соціальному розвитку.

Основа формування власних внутрішніх фінансових ресурсів досліджуваних підприємств, що спрямовані на виробничий розвиток, становить прибуток до оподаткування (фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування), що характеризує один із найважливіших результатів фінансової діяльності підприємств. Для досягнення планових значень прибутку підприємств торговельної мережі необхідно здійснити комплекс заходів щодо збільшення обсягу товарообігу в плановому періоді. Ці заходи включають міри організаційного, фінансового й економічного характеру.

Позитивно на зростання прибутковості підприємств торговельної мережі можуть впливати такі основні чинники: економія матеріально-сировинних ресурсів; ефективне використання енергоресурсів; механізація та автоматизація виробничих і торговельних процесів, внаслідок чого зростає продуктивність праці та знижується рівень фонду заробітної плати; економія витрат на утримання та експлуатацію торговельного устаткування; кон'юнктура ринкової цінової політики на ті чи інші види товарної продукції.

Взагалі, зростання обсягів формування власних фінансових ресурсів на підприємствах торговельної мережі може бути забезпечене завдяки внесенню необхідних змін у [2]:

- політику формування прибутку з метою збільшення обсягів його формування;
- податкову політику підприємства з метою реалізації можливостей зменшення на законних підставах рівня оподаткування та обсягу сплати податкових та інших обов'язкових платежів;

- дивідендну політику з метою оптимізації виплати дивідендів у поточному періоді та досягнення гармонізації коротко- та довготермінових інтересів підприємств;
- амортизаційну політику з метою вибору найефективніших методів амортизації та максимізації обсягів амортизаційних відрахувань;
- політику формування запасів та їх обліку з метою оптимізації розмірів дооцінки та уцінки товарів.

Складовою стратегії формування капіталу підприємств торговельної мережі є розроблення стратегії залучення позикового капіталу [2]. До основних цілей розробки стратегії формування позикового капіталу на підприємствах торговельної мережі відносять: формування недостатнього обсягу інвестицій для розвитку торговельного підприємства на довготерміновій основі; поповнення обсягу постійної та змінної частини оборотних активів торговельного підприємства; забезпечення соціально-побутових потреб працівників підприємства; інші тимчасові потреби.

Узагальнення результатів оцінки залучення позикового капіталу дало змогу зробити такі висновки щодо політики залучення кредитних ресурсів: в структурі позикового капіталу на короткотермінові зобов'язання припадає 100 % на кожне з досліджуваних торговельних підприємств, тобто підприємства торговельної мережі не мають в структурі позиченого капіталу довготермінових зобов'язань. У структурі короткотермінових зобов'язань значне місце (в середньому майже 98 %) посідає кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги.

Найбільш позитивною є тенденція зменшення вартості позикового капіталу за одночасного збільшення його прибутковості на підприємствах. Причому такі зміни на досліджених підприємствах були забезпечені не за рахунок скорочення розміру позикового капіталу, а за рахунок збільшення ефективності політики залучення позикового капіталу та його використання у господарській діяльності. Таким чином досліджувані підприємства використовували у своїй діяльності тільки короткотермінові кредити у формі товарних кредитів. Товарні кредити набували форми відстрочки платежу за товари. Використання позикових квот на всіх підприємствах супроводжується значною віддачею.

На третьому етапі визначимо потребу в залученні кредитних ресурсів на плановий період. Потребу в кредитних ресурсах будемо розраховувати на основі планування оборотних активів (оскільки значна частина фінансових ресурсів торговельних підприємств використовується для фінансування оборотних фондів та фондів обігу), з яких більша частка припадає на товарні запаси. Потребу в оборотних активах визначимо з урахуванням товарообороту, що забезпечує отримання цільового прибутку, а також проведемо розрахунок обсягу товарообігу в точці цільового прибутку. Таким чином, заплановані значення показують обсяги реалізації продукції підприємств торговельної мережі, сформовані на основі планової потреби у фінансових ресурсах. Зазначена потреба забезпечується за рахунок чистого прибутку підприємств, достатнього для реалізації цілей його розвитку в майбутньому періоді.

Проведений розрахунок потреби в оборотних активах підприємств торговельної мережі показує, що розраховані значення оборотних активів не-

обхідні підприємствам для забезпечення реалізації продукції при запланованій кількості обігів оборотних активів. Далі визначимо потребу в окремих видах оборотних активів. Для цього потрібно скласти баланс формування та фінансування оборотних активів.

Баланс формування та фінансування оборотних активів – плановий документ, що дає змогу ув'язати загальну потребу в оборотних активах із запланованим обсягом фінансових коштів [3]. З балансу формування та фінансування оборотних активів підприємств бачимо: скільки необхідно залучити власного та позикового капіталу для фінансування запланованої величини оборотних активів. Після визначення величини власного та позикового капіталу досліджуваних підприємств, необхідно провести оптимізацію його структури. На основі розрахункових значень оптимізованої структури капіталу підприємств торговельної мережі можна зробити висновок, що на приватному підприємстві та акціонерному товаристві підвищується сума власного капіталу та частка в загальній сумі сформованого капіталу та зменшується частка позикового капіталу, порівняно з 2010 р.

На товаристві з обмеженою відповідальністю величина власного капіталу зростає, порівняно з 2010 р., але його питома вага в загальній величині капіталу знижується, оскільки для керівництва цього підприємства на цьому періоді функціонування важливішим є нарощування суми власних фінансових ресурсів, ніж їх частки.

Висновки. Загалом, заплановані значення цільового прибутку, обсягу товарообігу в точці цільового прибутку та оборотних активів позитивно впливають на діяльність досліджуваних підприємств, що відображується завдяки позитивним зрушенням складових сукупного капіталу.

Література

1. Баканів М.І. Теорія економічного аналізу / М.І. Баканів, А.Д. Шеремет. – М. : Вид-во "Фінанси і статистика", 2002. – 345 с.
2. Бочаров В.В. Комерційне бюджетування: фінансові ресурси, системи управління фінансами, види бюджетів / В.В. Бочаров. – СПб. : Изд-во "Питер", 2003. – 280 с.
3. Ковалев В.В. Фінансовий аналіз: методи і процедури / В.В. Ковалев. – М. : Вид-во "Фінанси і статистика", 2001. – 632 с.

Колодяжна Е.А. Модификация процесса обоснования потребности предприятий в оборотных средствах

Рассмотрены особенности модификации процесса обоснования потребности торговых предприятий в оборотных средствах. Освещены теоретические положения и практические подходы относительно обоснования потребности предприятий в оборотных средствах.

Ключевые слова: стратегия, собственный капитал, прибыль, оборотные средства.

Kolodyazhna K.A. Modification of process of ground of necessity of enterprises is in circulating assets

In the article the features of modification of process of ground of necessity of point-of-sale enterprises are considered in circulating assets. Theoretical positions and practical approaches light up in relation to the ground of necessity of enterprises in circulating assets.

Keywords: strategy, property asset, income, circulating assets.

УДК 65.012.3

Асист. С.О. Комаринець – НУ "Львівська політехніка"

МЕТОД ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ ГНУЧКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розроблення методів оцінювання гнучкості підприємств особливо важливе в умовах нестабільного середовища, оскільки адекватне своєчасне і достовірне встановлення обсягу гнучкості, яким володіє підприємство, дасть змогу йому виявити та скористатися власними перевагами та скоригувати ймовірні недоліки.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими і практичними завданнями. Оцінювання гнучкості підприємства сприяє його ефективному функціонуванню у нестабільному економічному середовищі, оскільки дає змогу виявити проблемні ділянки у його діяльності, сприяє пошуку можливостей для їх залагодження та попередження, покращує внутрішньоорганізаційну координацію та узгодження. Тому особливо важливим в умовах сучасного мінливого, динамічного та складного середовища є розроблення дієвих методів оцінювання гнучкості підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення розглянутої проблеми. Вітчизняні (Н. Богоніколос, Л. Гур'янова, Т. Клебанова) та зарубіжні науковці (Б. Дреер, К. Грьонхауг) наголошують на важливості проведення оцінювання гнучкості підприємства з метою виявлення його оптимального обсягу для покращення відгуку на неочікувані зміни, що відбуваються у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємств, та пошуку можливостей попередження, передбачення або запобігання таких змін.

Мета дослідження. Розкрити зміст методу фінансово-економічного оцінювання гнучкості підприємства.

Основний матеріал дослідження з повним обґрунтуванням наукових результатів. Фінансово-економічне оцінювання гнучкості підприємства проводиться для ефективного управління процесами формування, розподілу і використання фінансових ресурсів і грошових коштів в умовах нестабільності зовнішнього середовища та дефіциту часу для прийняття рішень.

У вітчизняній практиці його проводять на основі аналізу фінансового стану підприємства, зокрема за допомогою оцінювання кругообігу капіталу, а саме незалежності, ліквідності, прибутковості, оборотності [1, с. 29] для перманентного аналізу постійно зростаючої з часом додаткової інформації та уможливлення адаптацію фінансової системи до вимог нестабільного зовнішнього середовища. Завдяки пристосуванню до зовнішнього середовища – пасивне застосування гнучкості – фінансова система в умовах невизначеності і недостатності інформації спроможна досягти своїх цілей, під час чого можуть змінюватися як її кількісні, так і якісні характеристики. Наслідком проведення фінансово-економічного оцінювання гнучкості підприємства є створення системи антисипативного фінансового управління, спрямованої на аналіз внутрішніх і зовнішніх загроз і розроблення комплексу заходів захисту та мінімізації витрат, спричинених ними.

У зарубіжній практиці фінансово-економічне оцінювання гнучкості проводять на основі показників чистої балансової ліквідності (відношення грошових коштів і їх еквівалентів у національній та іноземній валютах до су-