# ВСТУП

В умовах ринкової економіки обґрунтованість та дієвість управлінських рішень на мікро- та макрорівнях значною мірою залежить від результатів оцінки фінансового стану суб’єктів господарювання, зміст якої виходить за межі обчислення окремих коефіцієнтів і передбачає вивчення комплексу показників, які відображають різні аспекти діяльності підприємства. Значна кількість підприємств в Україні має незадовільну структуру капіталу та відчуває нестачу оборотних коштів. За своєчасної розробки та впровадження заходів, спрямованих на поліпшення фінансового стану в довгостроковому періоді, такі підприємства можуть збільшити свій майновий потенціал, відновити платоспроможність та прибутковість. Попередження розвитку негативних кризових явищ на підприємстві є можливим тільки за систематичного забезпечення управлінського персоналу інформацією про поточний рівень фінансової стійкості та здатність підприємства до подальшого розвитку. Така фінансово-аналітична інформація повинна отримуватися за результатами оцінювання фінансового стану підприємства.

У працях вітчизняних та зарубіжних економістів досліджене широке коло питань, пов’язаних з аналізом фінансового стану підприємства, його оцінкою та управлінням. Методичні основи кількісного виміру та оцінки фінансового стану підприємства і трактування його сутності зафіксовано в нормативних актах відповідних міністерств. Серед науковців, які приділили значну увагу дослідженням фінансового стану підприємств, слід виділити таких, як І. Т. Балабанов, Л. А. Бернстайн, Є. Брігхем, Е. Хелферт, М. С. Абрютіна, В. В. Ковальов, А. П. Ковальов, М. Н. Креніна, Т. Г. Бень, Захарченко, М. Л. Котляр, В. Т. Савчук, О. С. Стоянова та інші.

Об'єктом дослідження є господарська діяльність ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»».

Предметом дослідження є фінансово-економічний стан ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»».

Метою роботи є здійснення комплексного аналізу фінансово-економічного стану підприємства та розробка рекомендацій щодо його поліпшення на основі оптимізації структури продукції.

Для досягнення поставленої мети в роботі визначені для вирішення наступні завдання:

* з'ясувати економічну сутність фінансового стану підприємства;
* висвітлити методи аналізу фінансового стану підприємства;
* надати загальну характеристику діяльності ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»»;
* визначити техніко-економічні показники підприємства;
* проаналізувати фінансовий стан ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»» та визначити резерви його покращення.

Пошук вирішення поставленої проблеми здійснювався на матеріалах ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»», який є найбільшим виробником в Україні продукції із склопластики.

Склопластик має багато дуже цінних властивостей, які дають йому право називатися одним із матеріалів майбутнього. Його застосовують як конструкційний і теплозахисний матеріал під час виробництва корпусів човнів, катерів, судів і ракетних двигунів, кузовів автомобілів, цистерн, рефрижераторів, лопатей вертольотів, вихлопних труб, деталей машин і приладів, корозійностійкого устаткування й трубопроводів, невеликих будинків, басейнів для плавання та інших., і навіть як електроізоляційний матеріал в електро- і радіотехніці.

Методи дослідження: порівняльний аналіз, методи відносних величин і групування, графічний метод, методи аналізу фінансової звітності (вертикальний, горизонтальний, трендовий, коефіцієнтний), метод зіставлення граничних величин.

Інформаційну базу дипломної роботи склали наукові публікації вітчизняних та закордонних вчених і фахівців, нормативно-законодавчі акти України, звітна й статистична документація підприємства.РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

## 1.1. Значення, завдання, інформаційне забезпечення аналізу фінансово-економічного стану підприємства

Аналіз фінансово-економічного стану підприємства є одним з найважливіших для розуміння вихідної точки змін та прорахунку можливих варіантів дій, спрямованих на покращення ефективності функціонування підприємства. Тому перш за все слід зрозуміти, що являє собою фінансовий стан підприємства в усій його багатосторонності та вивчити підходи до його аналізу та оцінки. Адже саме на результатах його аналізу і буде базуватися прийняття рішень по покращенню ефективності діяльності підприємства.

Під фінансовим станом підприємства розуміють ступінь забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами для здійснення ефективної господарської діяльності, а також своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов’язаннями [61, 74]. У ньому знаходять відображення у вартісній формі загальні результати роботи підприємства з управління фінансовими ресурсами. Таким чином, слід відзначити, що фінансовий стан підприємства є результатом всіх форм його діяльності як суб’єкта господарювання з одного боку та як результат такої діяльності справляє ключовий вплив у майбутній зміні проявів діяльності підприємства, що формує його «подальший поточний стан».

Фінансовий стан визначає конкурентоспроможність підприємства, його потенціал в діловому співробітництві, оцінює, в якому ступені гарантовані економічні інтереси самого підприємства та його партнерів по фінансовим та іншим відносинам. Аналіз системи показників має на меті висвітлити його стан для зовнішніх споживачів, яких умовно можна поділити на три групи [74]:

а) особи, які безпосередньо пов’язані з підприємництвом, тобто менеджери та працівники управління підприємством;

б) особи, які можуть не працювати безпосередньо на підприємстві, але мають пряму фінансову зацікавленість, – акціонери, інвестори, покупці та продавці продукції (послуг), різноманітні кредитори, банки при рішенні питання про доцільність або недоцільність надання йому кредиту, а при позитивному рішенні цього питання - під який відсоток та на який строк;

в) особи, які мають непрямий фінансовий інтерес, – податкові служби, різноманітні фінансові інститути (біржі, асоціації та інші), органи статистики та інші.

Варто відзначити, що завдання аналізу фінансового стану підприємства змінюються залежно від зацікавленості різних груп користувачів аналітичним матеріалом. Всі користувачі роблять висновки щодо напрямків своєї діяльності та доцільності співпраці з підприємством, ґрунтуючись на фінансовій звітності.

Найкраще фінансовий стан підприємства визначається елементами його економічної діяльності [61, 74, 82, 93]: прибутковістю (рентабельністю) роботи підприємства; оптимальністю розподілу прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків і обов’язкових відрахувань; наявністю власних фінансових ресурсів (основних і оборотних засобів) не нижче мінімально необхідного рівня для організації виробничого процесу і процесу реалізації продукції; раціональним розміщенням основних і оборотних засобів (власних і позикових), ліквідністю поточних активів. Сигнальним показником, в якому проявляється фінансовий стан є платоспроможність підприємства, тобто його здатність своєчасно задовольнити платіжні вимоги постачальників сировини, матеріалів, техніки згідно з господарськими угодами, повертати банківські кредити проводити оплату праці персоналу, вносити платежі в бюджет.

Основним значенням оцінки фінансового стану підприємства в системі антикризового управління є розробка і реалізація заходів, направлених на швидке відновлення платоспроможності, відновлення достатнього рівня фінансової стійкості підприємства, встановлення можливості підприємства продовжувати свою господарську діяльність, подальшого розвитку, забезпечення прибутковості і зростання виробничого потенціалу і ухвалення відповідних рішень.

Фінансовий стан підприємства – це здатність, спроможність підприємства фінансувати свою діяльність. Він визначається певним складом елементів (рис. 1.1) та характеризується фінансовими ресурсами, які необхідні для нормального функціонування підприємства, доцільністю їх розміщення та ефективність використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими юридичними та фізичними особами, платоспроможністю та фінансовою стійкістю [74].

Оптимальність розподілу прибутку, що залишився у підприємства після сплати податків і обов’язкових платежів

Наявність власних фінансових ресурсів не лише мінімально необхідного рівня для організації виробничого процесу і процесу реалізації продукції

Елементи фінансового стану підприємства

Прибутковість роботи підприємства

Платоспроможність та ліквідність

Раціональне розміщення основних і оборотних фондів

Рис. 1.1. Елементи фінансового стану підприємства

Визначення напрямків поліпшення фінансового стану конкретного підприємства потребує, передусім, проведення фінансового аналізу з метою оцінки його фінансової стійкості в поточному періоді та визначення чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що зумовлюють її зміну у майбутньому.

Фінансова стійкість передбачає здатність підприємства зберігати заданий режим функціонування за найважливішими фінансово-економічними показниками. Вона може розглядатися як результуюча категорія, що характеризує рівень стійкості роботи підприємства, його здатність забезпечити стабільні техніко-економічні показники й ефективно адаптуватися до змін у зовнішньому оточенні та внутрішньому середовищі [29, с. 10]. Рівень фінансової стійкості впливає і на можливості підприємства. Визначення меж фінансової стійкості належить до найбільш важливих економічних проблем, тому що недостатня фінансова стійкість може призвести до неплатоспроможності підприємства й відсутності засобів для розвитку виробництва, а надлишкова буде перешкоджати розвитку, формуючи на підприємстві зайві запаси і резерви. Фінансова стійкість має характеризуватися таким станом фінансових ресурсів, який відповідає вимогам ринку, а їхній розподіл і використання мають забезпечувати розвиток підприємства на основі зростання прибутку й капіталу при збереженні платоспроможності в умовах допустимого рівня ризику. Розмаїття причин, що впливають на діяльність підприємства, зумовлює різні аспекти його стійкості, зокрема загальний, ціновий, фінансовий, а залежно від факторів, що впливають на неї, – внутрішній і зовнішній аспекти (рис.1.2).

Внутрішня стійкість підприємства відображає такий стан його трудового потенціалу, матеріально-речової й вартісної (грошової) структур виробництва і таку його динаміку, при якій забезпечуються стабільно високі натурально-речові й фінансові результати функціонування підприємства. В основі досягнення внутрішньої стійкості підприємства лежить своєчасне й гнучке управління внутрішніми і зовнішніми факторами його діяльності [19].

У свою чергу, зовнішню щодо суб'єкта господарювання стійкість слід визначати на основі стабільності економічного середовища, в рамках якого здійснюються його операції. Вона досягається відповідним макроекономічним регулюванням ринкової економіки.

Аспекти фінансової стійкості

Загальний

Ціновий

Фінансовий

Внутрішній

Зовнішній

В залежності від причин, що впливають на діяльність підприємства

В залежності від факторів, що впливають на фінансову стійкість підприємства

Види фінансової стійкості

Рис. 1.2. Різновиди фінансової стійкості підприємства

Можливе й виділення так званої спадкової стійкості, яка визначається наявністю певного запасу міцності, досягнутого підприємством за період його попередньої діяльності, і яка захищає від впливу несприятливих дестабілізуючих факторів.

Загальна стійкість підприємства може бути забезпечена лише за умови стабільної реалізації (звичайно, своєчасної оплати за поставлену продукцію, надані послуги, виконані роботи) й одержання виручки, достатньої за обсягом, щоб виконати свої зобов'язання перед бюджетом, розрахуватися з постачальниками, кредиторами, працівниками тощо. Іншими словами, загальна стійкість підприємства передбачає насамперед такий рух його грошових потоків, який забезпечує постійне перевищення доходів над витратами.

Одним з істотних компонентів фінансової стійкості підприємства є наявність у нього фінансових ресурсів, достатніх для розвитку конкурентоздатного виробництва. В свою чергу, самі фінансові ресурси можуть бути в необхідному обсязі сформовані тільки за умови ефективної роботи підприємства, яка зможе забезпечити одержання прибутку. За рахунок прибутку в ринковій економіці підприємство створює фінансову базу як для самофінансування поточної діяльності, так і для здійснення розширеного відтворення. Використовуючи прибуток, підприємство може не лише погасити свої зобов'язання перед бюджетом, банками та іншими підприємствами й організаціями, а й інвестувати засоби в нове будівництво, реконструкцію чи модернізацію наявного устаткування або заміну його прогресивнішим. При цьому для досягнення і підтримання фінансової стійкості важливий не тільки абсолютний обсяг прибутку, а й його рівень щодо вкладеного капіталу підприємства або затрат, тобто рентабельність.

Величина і динаміка рентабельності з точки зору фінансової стійкості характеризує ступінь ділової активності підприємства та його фінансове благополуччя.

Значний практичний інтерес має вирішення питання про кількісні характеристики фінансової стійкості підприємства, іншими словами, при яких саме показниках фінансовий стан підприємства можна вважати стійким. Його можна вважати стійким, якщо воно покриває власними оборотними засобами не менш як 50% фінансових ресурсів, необхідних для здійснення господарської діяльності, ефективно й цілеспрямовано використовує фінансові ресурси, дотримується фінансової, кредитної й розрахункової дисципліни, тобто платоспроможне [47].

Фінансова стійкість тісно пов’язана з кредитоспроможністю. Кредитоспроможність характеризується тим, наскільки акуратно (тобто в повному обсязі та у встановлений строк) підприємство розраховується з раніше одержаними кредитами, наскільки проявляється його здатність при необхідності мобілізувати грошові засоби з різних джерел на прийнятних умовах тощо. Однак найістотніше, чим визначається кредитоспроможність, – це поточний фінансовий стан підприємства, а також прогнозовані перспективи його зміни і в який бік [3]. Очевидно, що коли у підприємства протягом певного періоду спостерігається тенденція до зниження рентабельності, то падає і його кредитоспроможність. Зміна фінансового стану підприємства в гірший бік у зв'язку зі зниженням рентабельності може зумовити й загрозливі наслідки в результаті дефіциту грошових засобів – зменшення платоспроможності й ліквідності. Отже, фінансова стійкість – комплексне поняття, яке перебуває під впливом різноманітних фінансово-економічних процесів. Тому її слід визначити як такий стан фінансових ресурсів підприємства, результативності їхнього розміщення й використання, при якому забезпечується розвиток виробництва чи інших сфер діяльності – на основі зростання прибутку й активів при збереженні платоспроможності й кредитоспроможності. Для отримання доходу, прибутку підприємство повинне на належному рівні з найменшими витратами організувати виробництво, збут продукції, раціонально розпорядитися наявними власними і позиковими ресурсами, тими ресурсами, які воно одержує, реалізовуючи новостворену вартість.

Прибуток підприємства — головне джерело збільшення обсягу фінансових ресурсів. Прибуток у класичному розумінні являє собою різницю між ціною товару й затратами на виробництво товару – його собівартістю. У стандарті бухгалтерського обліку П(С)БО 3 записано: "Прибуток – сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати". Саме таке розуміння прибутку закладене в усіх законодавчих актах України, крім законодавства про оподаткування прибутку.

Такий показник, безумовно, більшою мірою характеризує якість господарювання підприємства, саме він є реальним і щодо спроможності підприємства відраховувати частину прибутку до бюджету.

Прибуток синтезує в собі всі найважливіші сторони роботи підприємства. Для зростання прибутку підприємство зобов'язане [6]: нарощувати обсяги виробництва і реалізації товарів, робіт, послуг; розширювати, орієнтуючись на ринок, асортимент, підвищувати якість продукції; впроваджувати заходи щодо підвищення продуктивності праці своїх працівників; зменшувати витрати на виробництво (реалізацію) продукції (тобто її собівартість); з максимальною віддачею використовувати потенціал, що є у його розпорядженні, в тому числі фінансові ресурси; зі знанням справи вести цінову політику, бо на ринку діють переважно вільні (договірні) ціни; грамотно будувати договірні відносини з постачальниками й покупцями; вміти найдоцільніше розміщувати (вкладати) одержаний раніше прибуток задля досягнення оптимального ефекту (рис.1.3).

Фінансовий стан підприємства не може бути стійким, якщо воно не одержує прибутку в розмірах, які забезпечують необхідний приріст фінансових ресурсів, насамперед для фінансування заходів, спрямованих на зміцнення матеріально-технічної бази виробництва і соціальної сфери; тим більше він не може бути стійким, якщо підприємство працює збиткове.

Збиткова робота підприємства веде до зменшення, "проїдання" його фінансових ресурсів, передусім статутного капіталу, тому першочерговим завданням фінансової служби в забезпеченні стабільного фінансового стану підприємства є фінансовий контроль за використанням намічених планів і завдань щодо випуску високорентабельної, конкурентоспроможної продукції для внутрішнього і зовнішнього ринків, за зниженням витрат на виробництво, запровадження режиму економії ресурсів на всіх ділянках виробництва та управління ними. Такий контроль є важливим чинником зростання прибутковості підприємства.

Рис. 1.3. Напрямки збільшення прибутку підприємства

нарощувати обсяги виробництва і реалізації товарів, робіт, послуг; розширювати, орієнтуючись на ринок, асортимент, підвищувати якість продукції

Напрямки збільшення прибутку

впроваджувати заходи щодо підвищення продуктивності праці працівників

з максимальною віддачею використовувати потенціал, що є у розпорядженні підприємства, в тому числі, фінансові ресурси

формувати ефективну цінову політику

грамотно будувати договірні відносини з постачальникамий покупцями

запроваджувати режим економії ресурсів на всіх ділянках виробництва та управління ними

раціонально розміщувати (вкладати) одержаний раніше прибуток задля досягнення оптимального ефекту

Сучасні управлінці повинні знати зміст таких понять ринкової економіки, як платоспроможність, ліквідність, кредитоспроможність підприємства, поріг рентабельності, запас фінансової стійкості, ефект цінового важеля, леверидж, ступінь фінансового ризику, небезпека банкрутства та і н., а також методику розрахунку показників, що їх характеризують, та їх аналіз.

Фінансовий стан підприємства треба систематично й усебічно оцінювати з використанням різних методів, прийомів та методик аналізу. Це уможливить критичну оцінку фінансових результатів діяльності підприємства як у статиці за певний період, так і в динаміці – за ряд періодів, дасть змогу визначити «больові точки» у фінансовій діяльності та способи ефективнішого використання фінансових ресурсів, їх раціонального розміщення. Неефективність використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності підприємства і, як наслідок, до можливих перебоїв у постачанні, виробництві та реалізації продукції; до невиконання плану прибутку, зниження рентабельності підприємства, до загрози економічних санкцій. Основні задачі аналізу фінансового стану підприємства наведені на рис. 1.4 [92].

Інформаційною базою аналізу фінансового стану є бухгалтерська фінансова звітність, тобто система показників, які відображають майновий і фінансовий стан підприємства на конкретну дату. Склад, зміст, вимоги та інші засадні основи фінансової звітності регламентовано Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 7 лютого 2013 р. № 73 [1].

Згідно з цим положенням бухгалтерська фінансова звітність складається із взаємозв’язаних форм (див. додатки), на основі яких здійснюється аналіз фінансового стану підприємства:

1. Форми № 1 «Баланс(Звіт про фінансовий стан)».

2. Форми № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід»).

3. Форми № 3 «Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)» або Форми № 3-н «Звіт про рух грошових коштів (за непрямим методом)».

4. Форми № 4 «Звіт про власний капітал».

5. Форма № 5 «Примітки».

Основні завдання аналізу фінансового стану

дослідження рентабельності та фінансової стійкості

визначення ефективності використання фінансових ресурсів

оцінка становища на фінансовому ринку та кількісна оцінка конкурентоспроможності

аналіз ділової активності підприємства та його становища на ринку цінних паперів

дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами

об’єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості об’єкту господарювання

Рис. 1.4. Завдання аналізу фінансового стану підприємства

Крім фінансової звітності використовується інша інформація, яка доступна тільки персоналу підприємства, зокрема, планово-нормативна (фінансовий план, нормативи), конструкторсько-технологічна інформація, позаоблікова інформація (маркетингові дослідження, закони, інструкції, експертна інформація та ін.) тощо.

Слід зауважити, що за доступністю інформація поділяється на відкриту й закриту (остання є комерційною таємницею), а тому аналіз фінансового стану може бути двох видів:

* внутрішній;
* зовнішній.

Внутрішній аналіз здійснюється фінансистами підприємства на основі нормативів, що застосовуються на підприємстві, і виконується способом порівняння цих нормативів з фактичними параметрами фінансової діяльності підприємства.

Зовнішній аналіз здійснюється заінтересованими організаціями — податковою інспекцією, банком, акціонерами, іншими струк­турами — за даними бухгалтерської звітності.

Зовнішній аналіз фінансово-економічного стану базується здебільшого на доступній (оприлюдненій, розкритій) інформаційній базі, тобто публічній фінансовій звітності та розкритті окремої інформації, наведеної у примітках до неї. Однак, щоб отримати більш об’єктивну характеристику фінансово-економічного стану сучасного підприємства та базову основу для прогнозування перспектив його розвитку, такої інформаційної бази недостатньо. Внутрішні аналітики (чи спеціалізовані організації) вимушено залучають додаткові джерела інформації: «Важливі аспекти міжнародного досвіду аналізу фінансових звітів розглядаються і досліджуються компаніями, що спеціалізуються у наданні послуг фінансового та бізнес консалтингу, управлінні активами та прийняттями інвестиційних рішень» [102].

Більшість річних фінансових звітів сучасних публічних і суспільно значимих суб’єктів економіки містить багато додаткових складових. У економічно розвинутих країнах до переліку обов’язкових складових річного звіту входить заява керівника, звіт аудиторської організації, фінансовий огляд та фінансові показники (резюме основних фінансових показників, коефіцієнтів та тенденцій за останні 3 – 5 років). Важливим джерелом інформації є обґрунтування потенціалу розвитку підприємства, зроблене його керівним органом, конкурентна позиція на галузевому ринку та позиціювання в економіці загалом. За цього важливим є те, що «інформаційна відкритість підприємства сприяє підвищенню об’єктивності прогнозних оцінок щодо діяльності емітента з боку незалежних аналітиків, рейтингових агенцій, фінансових посередників…чим більш інформаційно відкритим є підприємство, тим меншим буде відхилення показників звітності від оціночних показників фінансових посередників» [33].

## 1.2. Методика проведення аналізу фінансового стану підприємства

Методологія фінансового аналізу - система категорій наукового інструментарію, методів і регулятивних принципів дослідження фінансової діяльності суб'єктів, що хазяюють.

Традиційна практика аналізу фінансового стану підприємства опрацювала певні прийоми й методи його здійснення.

До основних прийомів фінансового аналізу відносяться [74, 90, 92]:

1) Читання звітності (експрес-аналіз) - вивчення абсолютних показників, представлених у звітності. За допомогою читання звітності визначають загальне майнове положення підприємства, його короткострокові і довгострокові інвестиції, вкладення у фізичні і фінансові активи, джерела формування власного капіталу і позикових коштів, оцінюють зв'язку підприємства з постачальниками і покупцями, фінансово-кредитними заснуваннями, оцінюють виручка від діяльності і прибуток поточного року. Для ефективного використання цього прийому потрібен високий рівень спеціальних знань;

2) Горизонтальний аналіз оцінює абсолютні і відносні зміни різних статей звітності в порівнянні з попереднім періодом.

3) Вертикальний аналіз проводиться з метою визначення структури фінансових показників з оцінкою впливу різних факторів на кінцевий результат;

4) Трендовий аналіз — порівняння кожної позиції звітності з рядом попередніх періодів та визначення тренду, тобто основної тенденції динаміки показників, очищеної від впливу індивідуальних особливостей окремих періодів (за допомогою тренду здійснюється екстраполяція найважливіших фінансових показників на перспективний період, тобто перспективний прогнозний аналіз фінансового стану). Тут розраховуються відносні відхилення показників звітності за ряд років (періодів) від рівня базисного року (періоду).

5) Розрахунок фінансових коефіцієнтів. Фінансові коефіцієнти описують фінансові пропорції між різними статтями звітності. Метод потребує, по-перше, розрахунок відповідного показника і, по-друге, порівняння цього показника з якою-небудь базою, наприклад:

* загальноприйнятими стандартами;
* средньогалузевими показниками;
* аналогічними показниками попередніх періодів;
* показниками конкуруючих підприємств;
* якими-небудь іншими показниками аналізованої фірми.

6) Факторний аналіз — визначення впливу окремих факторів (причин) на результативний показник детермінованих (розділених у часі) або стохастичних (що не мають певного порядку) прийомів дослідження. При цьому факторний аналіз може бути як прямим (власне аналіз), коли результативний показник розділяють на окремі складові, так і зворотним (синтез), коли його окремі елементи з'єднують у загальний результативний показник.

У процесі фінансового аналізу широко застосовуються і традиційні методи економічної статистики (середніх та відносних величин, групування, графічний, індексний, елементарні методи обробки рядів динаміки), а також математико-статистичні методи (кореляційний аналіз, дисперсійний аналіз, факторний аналіз, метод головних компонентів).

Фінансовий аналіз здійснюється за допомогою різних моделей, які дають змогу структурувати та ідентифікувати взаємозв'язки між основними показниками. Існують три основні типи моделей, які застосовуються в процесі аналізу фінансового стану підприємства: дескриптивні,предикативні,нормативні [74].

Дескриптивні моделі є основними. До них належать: побудова системи звітних балансів; подання фінансової звітності у різних аналітичних розрізах; вертикальний та горизонтальний аналіз звітності; система аналітичних коефіцієнтів; аналітичні записки до звітності. Дескриптивні моделі засновані на використанні інформації з бухгалтерської звітності.

Предикативні моделі — це моделі передбачувального, прогностичного характеру. Вони використовуються для прогнозування доходів та прибутків підприємства, його майбутнього фінансового стану. Найбільш поширені з них: розрахунки точки критичного обсягу продажу, побудова прогностичних фінансових звітів, моделі динамічного аналізу (жорстко детерміновані факторні та регресивні моделі).

Нормативні моделі — це моделі, які уможливлюють порівняння фактичних результатів діяльності підприємства із нормативними (розрахованими на підставі нормативу). Ці моделі використовуються, головне, у внутрішньому фінансовому аналізі. Їхня суть полягає у встановленні нормативів на кожну статтю витрат стосовно технологічних процесів, видів виробів та у розгляді і з'ясуванні причин відхилень фактичних даних від цих нормативів.

Фінансовий аналіз значною мірою базується на застосуванні жорстко детермінованих факторних моделей.

Таким чином, у ході аналізу фінансового стану підприємства можуть використовуватися найрізноманітніші прийоми, методи та моделі аналізу. Їхня кількість та широта застосування залежать від конкретних цілей аналізу та визначаються його завданнями в кожному конкретному випадку.

Загальне фінансове положення підприємства можна оцінити під час експрес-аналізу на підставі розглядання головних системних параметрів діяльності. Доцільним тут є розглядання наступних показників [92]:

* динаміка суми балансу;
* співвідношення оборотних і необоротних активів;
* ступінь зносу основних засобів;
* співвідношення між дебіторською та кредиторською заборгованостями;
* динаміка власного капіталу;
* співвідношення власних і залучених коштів;
* структура прибутку (фінансового результату) підприємства за видами діяльності та інші.

Основні напрямки аналізу фінансового стану:

1. Аналіз ліквідності.
2. Аналіз платоспроможності.
3. Аналіз фінансової стійкості в довгостроковому періоді (структури капіталу).
4. Аналіз результатів діяльності.
5. Аналіз ділової активності.
6. Аналіз положення підприємства на ринку цінних паперів.
7. Факторний аналіз ключових показників.
8. Аналіз грошових потоків.
9. Аналіз можливості банкрутства.

Для проведення фінансового аналізу за цими напрямками використовуються відповідні фінансові коефіцієнти.

Показники ліквідності.

Коефіцієнти ліквідності дозволяють визначити здатність підприємства сплатити свої короткострокові зобов'язання протягом звітного періоду. Найбільш важливими серед них для фінансового менеджменту є наступні [74, 90, 92, 99]:

- коефіцієнт загальної (поточної) ліквідності;

- коефіцієнт термінової ліквідності;

- коефіцієнт абсолютної ліквідності;

Коефіцієнт загальної ліквідності, який ще навивається коефіцієнтом поточної ліквідності, або коефіцієнтом загального покриття (Кзл) показує, чи досить у підприємства коштів, що можуть бути використані для погашення його поточних (короткострокових) зобов'язань протягом визначеного періоду. Відповідно до загальноприйнятих міжнародних стандартів, вважається, що цей коефіцієнт повинний знаходитися в межах від одиниці до двох (іноді 2,5). Нижня границя обумовлена тим, що оборотних коштів повинне бути щонайменше досить для погашення короткострокових зобов'язань, інакше компанія виявиться під погрозою банкрутства. Значне перевищення оборотних коштів над короткостроковими зобов'язаннями вважається також небажаним, оскільки може свідчити про нераціональну структуру капіталу. При аналізі коефіцієнта особлива увага звертається на його динаміку. Розрахунок показника здійснюється за формулою:

 (1.1)

де ПА - поточні активи;

ПЗ - поточні зобов'язання.

Коефіцієнт термінової (швидкої) ліквідності (Ктл) визначається як відношення найбільш ліквідної частини оборотних коштів (грошових коштів, поточних фінансових інвестицій і дебіторської заборгованості) до поточних зобов'язань.

Для розрахунку коефіцієнта термінової ліквідності може застосовуватися також інша формула розрахунку, відповідно до якої чисельник дорівнює різниці між оборотними коштами і матеріально-виробничими запасами.

 (1.2)

де З - запаси;

ГК – грошові кошти та їх еквіваленти;

ПФІ - поточні фінансові інвестиції;

ДЗ - дебіторська заборгованість.

Необхідність розрахунку коефіцієнта термінової ліквідності викликана тим, що ліквідність окремих категорій оборотних коштів далеко не однакова, і якщо, наприклад, грошові кошти можуть служити безпосереднім джерелом погашення поточних зобов'язань, то запаси можуть бути використані для цієї мети тільки після їхньої реалізації, що потребує часу, і, можливо не отримання бажаної ціни. З іншого боку шляхом співставлення сум і строків зобов’язань зі строками відстрочок для покупців та термінів поточного інвестування можна збалансувати грошові потоки.

Вважається достатнім значення 0,5, але бажано, щоб значення даного показника перевищувало одиницю. Крім того, аналізуючи динаміку цього коефіцієнта, необхідно звертати увагу і на фактори, що обумовили його зміну. Так, якщо ріст коефіцієнта термінової ліквідності був пов'язаний в основному з ростом невиправданої дебіторської заборгованості, навряд чи це характеризує діяльність підприємства з позитивної сторони.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності (Кал) показує, яка частина поточних зобов'язань може бути погашена негайно.

 (1.3)

Рекомендована нижня границя показника, що приводиться в західній літературі, - 0,2. Суттєвість цього показника для аналізу дуже низька, оскільки відсутність грошових коштів на певну дату може свідчити як про недоліки, так і про високий рівень організації управління фінансами.

Суми витрат майбутніх періодів, які відображаються в активі балансу, не включаються до розрахунку показників ліквідності, оскільки вони не можуть бути джерелом покриття зобов’язань.

Показники платоспроможності.

Дані показники дозволяють оцінити здатність підприємства вчасно виконати свої зобов'язання [74, 90, 92, 99].

Власні обігові кошти (ВОК) або чистий оборотний капітал (ЧОК) – показує:

* яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточних активів:

 (1.4)

де ПК - постійний капітал;

НА - необоротні активи.

ВК - власний капітал;

ДсЗ - довгострокові зобов'язання.

- яка частина поточних активів фінансується за рахунок власного капіталу:

 (1.5)

де ПА - поточні активи;

ПЗ - поточні зобов'язання.

Власні обігові кошти необхідні для підтримки фінансової стійкості підприємства, оскільки перевищення оборотних коштів над короткостроковими зобов'язаннями означає, що підприємство не тільки може погасити свої короткострокові зобов'язання, але і має фінансові ресурси для розширення своєї діяльності в майбутньому. Зростання чистого оборотного капіталу служить для інвесторів і кредиторів позитивним індикатором до вкладення коштів у компанію.

Оптимальна сума власних обігових коштів залежить від особливостей діяльності компанії, зокрема, від розмірів підприємства, обсягу реалізації, швидкості оборотності матеріально-виробничих запасів і дебіторської заборгованості, умов надання кредитів підприємству, від галузевої специфіки і господарської кон'юнктури.

Для оцінки фінансової стійкості підприємства в короткостроковому періоді використовується поняття - нормальні джерела формування запасів (ДФЗ).

Як правило, до нормальних (що використовуються за звичай) джерел формування запасів відносять:

- власні обігові кошти (ВОК);

- короткострокову кредиторську заборгованість по товарах, роботах, послугах (КЗТ);

- короткострокові кредити банку (ККБ).

У залежності від співвідношення розглянутих показників можна з визначеним ступенем умовності виділити наступні типи поточної фінансової стійкості підприємства:

- абсолютна фінансова стійкість:

З < ВОК ; (1.6)

Усі запаси цілком покриваються СОС, тобто підприємство не залежить від зовнішніх кредиторів. Така ситуація може розглядатися, з одного боку, як можливість підприємства розплатитися з кредиторами найбільш ліквідними поточними активами (дебіторською заборгованістю, коштами ), з іншого боку, може означати, що адміністрація не вміє, чи не бажає не має можливості використовувати зовнішні джерела коштів для основної діяльності. Іноді з цією ж метою використовують показник покриття запасів ЧОК

- нормальна фінансова стійкість:

ВОК < З < ЧОК+КЗТ ; (1.7)

Наведене співвідношення відповідає положенню, що за умов нормального функціонування підприємство використовує для покриття запасів різні "нормальні" джерела коштів - власні і залучені.

- потенційно хитливе фінансове положення:

ЧОК+КЗТ < З < ДФЗ (ЧОК+КЗТ+ККБ); (1.8)

У даній ситуації підприємство змушене додатково прибігати до більш дорогих джерел фінансування запасів (ККБ), що може створити в майбутньому криза неплатоспроможності.

- хитливе (передкризове) фінансове положення:

ДФЗ < З; (1.9)

Для формування запасів підприємство крім ДФЗ ще використовує і, так звані, нетрадиційні джерела покриття запасів, наприклад, рахунки нарахування (РН) - заборгованість по зарплаті, виплатам у бюджет і т.п.

- критичне фінансове положення. Характеризується ситуацією, коли на додаток до попереднього нерівності підприємство має кредити і позики, не погашені в термін, а також прострочену кредиторську і дебіторську заборгованість.

Коефіцієнт покриття запасів нормальними джерелами формування (Кпзд) характеризує достатність нормальних джерел для фінансування запасів.

 (1.10)

Для збереження платоспроможності підприємство повинне підтримувати Кпз на рівні більше одиниці (Кпз>1).

Іноді використовують коефіцієнт покриття запасів ВОК. Він оцінює рівень стійкості, або ж точніше запасу стійкості при наявності ВОК. Підприємство буде стійким при значенні показника більше одиниці.

 (1.11)

Коефіцієнт маневрування власних оборотних коштів (КМвок) показує, яку частку власних оборотних коштів складають високо ліквідні поточні активи.

 (1.12)

Показники структури капіталу.

Для оцінки фінансової стійкості в довгостроковому періоді використовують показники структури капіталу [74, 90, 92, 99]. Вони характеризують ступінь захищеності інтересів кредиторів і інвесторів, що мають довгострокові вкладення в компанію, а також відбивають здатність підприємства погасити довгострокову заборгованість.

Коефіцієнт автономії (незалежності) (Ка) характеризує частку власного капіталу в структурі капіталу компанії, тобто співвідношення інтересів власників підприємства і кредиторів.

 (1.13)

де ВК - власний капітал;

ЗК – залучені кошти;

Активи – підсумок балансу.

Коефіцієнт залучених коштів (Кпс) відбиває частку позикового капіталу в джерелах фінансування. Цей коефіцієнт є зворотним до коефіцієнту автономії.

 (1.14)

Коефіцієнт фінансової залежності (Кфз) показує, скільки гривень зобов'язань приходиться на 1 грн. власного капіталу.

 (1.15)

Він характеризує залежність фірми від зовнішніх позик. Чим вище даний показник, тим більш ризикована ситуація, що може привести до банкрутства підприємства. Високий рівень коефіцієнта відбиває також потенційну небезпеку виникнення в підприємства дефіциту коштів. Особливо у випадку уповільнення темпів реалізації, оскільки витрати по виплаті відсотків на позиковий капітал зараховуються до групи умовно-постійних, тобто таких витрат, що за інших рівних умов фірма не зможе зменшити пропорційно зменшенню обсягу реалізації. Крім того, високий коефіцієнт фінансової залежності може привести до ускладнень з одержанням нових кредитів по середньоринковій ставці відсотка. Цей коефіцієнт відіграє найважливішу роль при рішенні підприємством питання про вибір джерел фінансування.

Коефіцієнт структури постійного капіталу (Кспк) показує яку частку постійного капіталу складають довгострокові позики, або інші зобов’язання (ДсЗ).

 (1.16)

Коефіцієнт структури залучених коштів (Ксзк) показує частку позикових коштів, тобто платних ресурсів, у загальній сумі залучених коштів. До позикових коштів можна віднести кредити банків, процентні векселі й облігаційні позики, тобто залучені кошти, по яких виплачуються відсотки.

 (1.17)

де Пз – позикові кошти;

ЗК – залучені кошти;

Коефіцієнт капіталізації (Кк) показує, скільки гривень активів принесла 1 грн. власного капіталу. Він свідчить про якість управління підприємством.

 (1.18)

При відсутності власних обігових коштів для оцінки міри ризикованості ситуації іноді доцільно розрахувати частку необоротних активів, яка потенційно належить кредиторам за формулою:

; (1.19)

де ПК - постійний капітал.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу (КМвк) дозволяє оцінити частку власного капіталу, що підприємство може втратити при проведенні операцій з підвищеним ризиком.

 (1.20)

Показники рентабельності.

Коефіцієнти рентабельності оцінюють ефективність діяльності компанії, що визначається шляхом співвідношення результатів діяльності з витраченими ресурсами, або з обсягами діяльності [74, 90, 92, 99]. Звичайно рентабельність розраховують у відсотках.

Рентабельності активів (Ра) показує, скільки грошових одиниць прибутку отримала фірма з однієї грошової одиниці ресурсів, незалежно від джерела залучення коштів. Цей показник є одним з найбільш важливих індикаторів конкурентноздатності підприємства. Рівень конкурентноздатності визначається за допомогою порівняння рентабельності активів аналізованого підприємства зі средньогалузевим коефіцієнтом та показниками інших підприємств.

 (1.21)

де П - прибуток;

А – кількість задіяних для цього активів. Звичайно вживається середньоарифметична (чи середньохронологічна) величина активів за період.

Чисельник даної формули залежить від цілей аналізу: це може бути чистий прибуток, або ж прибуток до оподаткування. Слід так вибирати показник, щоб забезпечити порівнянність даних, тобто не враховувати особливості поточного періоду.

Якщо в загальній сумі активів значна частка витрат майбутніх періодів, то баланс необхідно модифікувати, виключивши з підсумку балансу суму цих витрат, що була і на початок року, і на кінець року.

Важливим показником оцінки діяльності є рентабельність основної діяльності (економічна рентабельність, ЕР). Рентабельність основної діяльності є модифікованим показником рентабельності активів. Від дозволяє узгодити плани підприємства з фактичними результатами діяльності.

 (1.22)

де Под – прибуток від основної діяльності, який можна отримати розрахунково за формулою:

 (1.23)

де ВП – валовий прибуток;

АдВ – адміністративні витрати;

ВЗб – витрати на збут.

Рентабельність власного капіталу (Рвк) дозволяє визначити ефективність використання капіталу, інвестованого власниками, і порівняти цей показник з можливим одержанням доходу від вкладення цих коштів в інші цінні папери. У розвинутих країнах він впливає на рівень котирування акцій компанії.

 (1.24)

де ЧП– чистий прибуток;

ВК – середній за період розмір власного капіталу;

Тут використовується показник чистого прибутку, оскільки саме він є джерелом доходів власників.

Рентабельність реалізації (Рр) показує, скільки грошових одиниць валового прибутку отримало підприємство з 1 грн. реалізованої продукції.

Також даний показник відбиває зміни в політиці ціноутворення і здатність підприємства контролювати собівартість реалізованої продукції, тобто ту частину коштів, що необхідна для оплати поточних витрат, що виникають у ході виробничо-господарської діяльності, виплати податків і т.д. Динаміка коефіцієнта може свідчити про необхідність перегляду цін і посилення контролю над використанням матеріально-виробничих запасів.

 (1.25)

де В - валова чи чиста виручка від реалізації продукції товарів, робіт, послуг;

Рентабельність витрат на виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг (Рв) показує скількох грошових одиниць заробило підприємство з 1 витраченої грошової одиниці. У ході аналізу цього показника варто враховувати, що на його рівень істотний вплив роблять застосовувані методи обліку матеріально-виробничих запасів.

 (1.26)

де С/в - собівартість реалізованої продукції, виконаних робіт, зроблених послуг.

Рентабельність операційної діяльності (Роп.д) дозволить оцінити, яку прибуток приносить кожна грошова одиниця операційної діяльності:

 (1.27)

де ПОпД - прибуток від операційної діяльності;

ЧВ – чиста виручка;

ІОпД – інші операційні доходи;

Іов - інші операційні витрати.

По аналогії можна сконструювати ще декілька показників, наприклад рентабельність звичайної діяльності.

В цілому ж рентабельність залежить від структури доходів і витрат. Відсутність валового прибутку говорить про ринкові чи технологічні проблеми підприємства. Такому підприємству важко залучати кошти. Відсутність прибутку від операційної діяльності при наявності валового прибутку говорить про організаційно-управлінські проблеми підприємства.

Показники ділової активності.

Коефіцієнти ділової активності дозволяють проаналізувати, наскільки ефективне підприємство використовує свої ресурси, насамперед обігові кошти, у часі. Як правило, до цієї групи відносяться різні показники оборотності. Важливість цих показників визначається тим, що швидкість обігу коштів підприємства безпосередньо впливає на його платоспроможність і забезпечення безперервності господарської діяльності [74, 90, 92, 99].

Коефіцієнт оборотності активів (коефіцієнт трансформації, КОа) характеризує ефективність використання фірмою всіх наявних ресурсів, незалежно від джерел залучення. Він показує, скільки разів за рік (чи інший звітний період) відбувається повний цикл виробництва і обігу, що приносить відповідний ефект у виді прибутку, або ж скільки грошових одиниць виручки від реалізації принесла кожна грошова одиниця активів. Цей коефіцієнт варіюється в залежності від галузі.

 (1.28)

При зіставленні даного коефіцієнта для різних компаній чи для однієї компанії за різні періоди необхідно перевірити, чи забезпечена однаковість в оцінці середньорічної вартості активів. Більш того, показник оборотності активів за інших рівних умов буде тим вище, чим більше знос основних засобів підприємства.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу (КОвк). Цей показник характеризує різні аспекти діяльності: з комерційної точки зору він відбиває або надлишки продажу, або їхню недостатність для обігу власного капіталу за період; з фінансової - активність коштів , якими ризикує вкладник; з економічної - швидкість обороту вкладеного капіталу.

 (1.29)

Якщо даний показник занадто високий, то це свідчить про зростання кредитних ресурсів у структурі джерел капіталу, тобто це пов’язано з високим рівнем ризику. Якщо занадто низький - це свідчить про неефективне використання капіталу власників і виникає проблема пошуку нових джерел доходів.

Коефіцієнт оборотності матеріально-виробничих запасів (КОз) показує, скільки разів за аналізований період запаси обернулися в собівартості реалізованої продукції.

 (1.30)

де З - середньоарифметична вартість запасів за звітний період.

Період оборотності запасів (ПОЗ) (у днях) - відбиває швидкість оборотності цих запасів.

; (1.31)

де КДП - кількість днів в аналізованому періоді (для року - 365 чи 366 днів, для місяця - 30 чи 31 день і т.д.);

У ході аналізу цього показника необхідно враховувати вплив оцінки матеріально-виробничих запасів, особливо при порівнянні діяльності даного підприємства з конкурентами.

У цілому, чим вище показник оборотності запасів, тим менше коштів зв'язано в цій найменш ліквідній статті оборотних коштів, тим більше ліквідну структуру мають оборотні кошти і тем стійкіше фінансове положення підприємства (за інших рівних умов). Особливо актуальне підвищення оборотності і зниження суми запасів при наявності значної заборгованості в пасивах компанії.

За коефіцієнтом оборотності дебіторської заборгованості (КОдз) судять, скільки разів у середньому дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги перетворювалася в кошти протягом звітного періоду.

 (1.32)

де ДЗ- середня вартість чистої дебіторської заборгованості за період.

У даному показнику в чисельнику потрібно вживати виручку від реалізації продукції в кредит, а якщо це неможливо – то чисту виручку від реалізації. Але останнє знижує достовірність результатів.

Період оборотності дебіторської заборгованості (ПОДЗ) показує, скільки в середньому днів потрібно для оплати дебіторської заборгованості.

; (1.33)

Незважаючи на те, що для аналізу даного коефіцієнта не існує іншої бази порівняння, крім середньогалузевих коефіцієнтів, цей показник корисно порівнювати з періодом оборотності кредиторської заборгованості. Такий підхід дозволяє розробити умови комерційного кредитування, якими підприємство користається в інших компаній, з тими умовами кредитування, що само надає іншим підприємствам.

Тривалість операційного циклу (ТОЦ). По цьому показнику визначають, скільки днів у середньому потрібно для виробництва, продажу і оплати продукції підприємства.

 (1.34)

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (Кокз) показує, скільки компанії потрібно оборотів для оплати виставлених їй рахунків по комерційному кредиту.

 (1.35)

де З – обсяг закупівлі в кредит за період;

КЗ- середня вартість кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги;

Оскільки за даними фінансової звітності обсяг закупівлі в кредит часто визначити неможливо, замість нього використовується собівартість реалізованої продукції.

Період оборотності кредиторської заборгованості (ПОКЗ) показує скількох у середньому днів потрібно для оплати кредиторської заборгованості.

; (1.36)

Тривалість фінансового циклу (ТФЦ) - період часу, протягом якого підприємство має нестачу чи вивільнені фінансові ресурси.

 (1.37)

Якщо ТФЦ > 0, то це свідчить про дефіцит джерел фінансування основної діяльності підприємства, тому що період часу, протягом якого кошти "заморожені" у запасах і дебіторській заборгованості, перевищує терміни погашення підприємством своїх зобов'язань. Або ж це показує яку частку операційного циклу підприємство покривало за рахунок власних обігових коштів; якщо ТФЦ < 0 - зворотна ситуація, тобто маються тимчасово вільні кошти (надлишок фінансування). При ТФЦ = 0 терміни одержання грошей від основної діяльності і оплати зобов'язань збігаються.

Чим більше тривалість фінансового циклу, тим більше потреба підприємства в обігових коштах (рис. 1.5) [103].

Поставка

Сплата за рахунком

постачальника

Запас сировини

Виробництво

Відвантаження

Сплата за рахунком

ПОкз

ПОз

ПОдз

ТФЦ

Запас готової продукції

Рис. 1.5. Структура фінансового циклу

Для підвищення ефективності використання ресурсів і підвищення їх віддачі підприємству потрібно знижувати ТФЦ шляхом підвищення оборотності запасів та дебіторської заборгованості та отримання відстрочок у постачальників [98].

## 

## 1.3. Шляхи покращення фінансового стану підприємства

Ефективність використання ресурсів і підвищення рівня економічної стійкості підприємства в сучасних економічних умовах значною мірою залежить від наявності, використання й вдосконалення економічного потенціалу підприємства. Однією з особливостей нестійкого функціонування сучасних підприємств є кількісна, якісна та структурна недосконалість економічного потенціалу господарюючих суб’єктів, що зумовлена великими втратами ресурсів у здійсненні реформ і складним фінансовим становищем підприємств.

Використання й вдосконалення економічного потенціалу до необхідного рівня повинно надавати можливість підприємству для ефективного застосування своїх ресурсів, а значить сприяти поглинанню зовнішніх й внутрішніх дестабілізуючих факторів, що є свідченням стійкості функціонування.

Першочерговим етапом покращання фінансового стану українських підприємств є пошук оптимального співвідношення власного і позикового капіталу, яке б забезпечило мінімальний фінансовий ризик за максимальної рентабельності власного капіталу. Оптимізація ліквідності підприємства реалізується за допомогою оперативного механізму фінансової стабілізації – системи заходів, спрямованих, з одного боку, на зменшення фінансових зобов’язань, а з іншого, на збільшення грошових активів, що забезпечують ці зобов’язання [57].

Фінансові зобов’язання підприємство може зменшити за рахунок [45]:

зменшення суми постійних витрат (зокрема витрат на утримання управлінського персоналу);

зменшення рівня умовно-змінних витрат;

продовження строків кредиторської заборгованості за товарними операціями;

відтермінування виплат дивідендів та відсотків.

Збільшити суму грошових активів можна за рахунок:

рефінансування дебіторської заборгованості (шляхом факторингу, врахування та дисконтування векселів, форфейтингу, примусового стягнення);

прискорення оборотності дебіторської заборгованості (шляхом скорочення термінів надання комерційного кредиту);

оптимізація запасів товарно-матеріальних цінностей (шляхом встановлення нормативів товарних запасів методом техніко-економічних розрахунків);

скорочення розмірів страхових, гарантійних та сезонних запасів на період перебування підприємства у фінансовій кризі.

В умовах конкурентного середовища актуальності набуває оптимізація збутової політики підприємства [33]. Підприємству необхідно активізувати політику в галузі маркетингу з метою просування своєї продукції (послуг), яка фактично за рахунок високої якості та ціни, нижчої від середньогалузевої є конкурентоспроможною. Важливими для вирішення є питання реклами, упаковки,випуску високоякісної сувенірної продукції, фірмова торгівля, стимулювання збуту різними шляхами. Правильний підхід до просування продукції виробників товарів дозволить збільшити реалізацію продукції, що створить реальні передумови для виходу підприємства з фінансово-економічної кризи.

Доцільно також звернути увагу на те, що для покращання свого фінансового становища виробники товарів та послуг повинні реалізовувати всю продукцію, що застоюється на складах. Для розширення ринків збуту підприємство може створити пункти роздрібної торгівлі. Це призведе до збільшення прибутку та збільшення оборотності капіталу. Впровадження цього проекту звичайно жне вирішує існуючих фінансових проблем, але дозволить скоротити термін реалізації товару та прискорити розрахунки з кредиторами.

Конкурентоспроможність на ринку збуту можна досягти шляхом зниження собівартості продукції, за рахунок впровадження нової техніки, технологій, раціональнішого використання як матеріальних, так і трудових ресурсів, зменшення питомої ваги постійних витрат в собівартості продукції, адже зниження собівартості продукції прямо пропорційно впливає на збільшення прибутку підприємства.

Ще одним напрямком покращання фінансового стану підприємства є збільшення грошових коштів на розрахунковому рахунку підприємства, що збільшить коефіцієнт абсолютної ліквідності і дозволить підприємству брати довго- і короткострокові позики в банку для фінансування поточної діяльності, які видаються лише платоспроможним підприємствам, в яких коефіцієнт абсолютної ліквідності відповідає нормі [81]. Збільшення грошових коштів можна забезпечити за рахунок реалізації зайвих виробничих і невиробничих фондів, здачі їх в оренду.

Наступним напрямком покращання фінансового стану підприємства може стати виробництво і розробка нових видів продукції (послуг), яка зацікавить споживачів, а також отримання ліцензій на виробництво «ходових» товарів, що дасть змогу стабілізувати і покращити фінансовий стан підприємства.

Фінансовий стан підприємства не може бути стійким, якщо воно не отримує прибутку у розмірах, що забезпечують необхідний приріст фінансових ресурсів, спрямованих на зміцнення матеріально-технічної бази підприємства та їх соціальної сфери.

Інформація про фінансовий стан підприємства надзвичайно важлива як для керівництва підприємства, так і для інвесторів. Тому заслуговує на увагу проблема щодо інформаційного забезпечення підприємства. Достовірність даних про фінансовий стан підприємства є важливою умовою для прийняття правильних управлінських рішень.

Узагальнені напрямки поліпшення фінансового стану підприємства показано на рис.1.6.

Напрямки поліпшення фінансового стану підприємства

Забезпечення своєчасного й гнучкого управління внутрішніми і зовнішніми факторами діяльності підприємства

Підвищення ефективності управління підприємством

Підвищення ефективності маркетингової діяльності

Підвищення ефективності виробничої діяльності

Пошук нових перспективних ринків збуту;

впровадження заходів стимулювання продажу продукції (товарів, послуг);

забезпечення стабільної реалізації продукції

Своєчасне оновлення технічної бази;

впровадження сучасних ресурсозбері-гаючих технологій;

контроль за витратами

Створення умов для розвитку трудового потенціалу підприємства

Створення ефективної системи інформаційного забезпечення

Застосування ефективних методів стимулювання та мотивація

праці;

підготовка, підвищення кваліфікації та перекваліфі-кація кадрів

Збільшення прибутковості

Зменшення собівартості продукції;

підвищення якості продукції

Використання новітніх інформаційних технологій

Рис. 1.6. Напрямки поліпшення фінансового стану підприємства

Покращити фінансовий стан підприємства можна також, використовуючи економіко-математичні методи [99]. Їхнє застосування підвищує ефективність аналізу за рахунок розширення факторів, які вивчаються, обґрунтування відповідних управлінських рішень щодо вибору оптимального варіанта використання фінансових ресурсів, розкриття резервів ефективності виробництва.

Однією з причин кризового стану вітчизняних підприємств є неналежне виконання фінансовими службами покладених на них функцій, зокрема відсутність гнучкого фінансового планування та аналізу, управління ризиками та несвоєчасне виявлення фінансової нестабільності,як наслідок – фінансова криза. Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності. Насамперед на фінансовий стан підприємства позитивно впливає безперебійний випуск і реалізація високоякісної продукції.

Оскільки фінансовий стан – це одна з найважливіших характеристик діяльності кожного підприємства, то його треба систематично і всебічно оцінювати з використанням різних методів,прийомів та методик аналізу. Це уможливить критичну оцінку фінансових результатів діяльності підприємства як у статиці за певний період, так і в динаміці – за низку періодів, дасть змогу визначити «больові точки» у фінансовій діяльності та способи ефективності використання фінансових ресурсів, їх раціонального розміщення [99].

До основних чинників, які можуть спричинити фінансову кризу на підприємствах, належать: зовнішні, або екзогенні (які не залежать від діяльності підприємства), та внутрішні, або ендогенні (що залежать від підприємства).

Головними екзогенними чинниками фінансової кризи на підприємстві можуть бути [98]:

* спад кон’юнктури в економіці загалом;
* значний рівень інфляції;
* нестабільність господарського та податкового законодавства;
* нестабільність фінансового та валютного ринків;
* посилення конкуренції в галузі та криза окремої галузі;
* посилення монополізму на ринку;
* дискримінація підприємства органами влади та управління;
* політична нестабільність у країні.

Головні ендогенні чинники фінансової кризи:

* брак чітко визначеної стратегії розвитку підприємства;
* дефіцити в організаційній структурі;
* низький рівень менеджменту;
* низький рівень маркетингу та втрата ринків збуту продукції;
* незадовільне використання виробничих ресурсів;
* непродуктивне утримання зайвих робочих місць.

Враховуючи проблеми фінансового стану підприємства в умовах фінансової кризи, а також необхідність стабілізації фінансової стійкості підприємств в умовах фінансової нестабільності,варто вжити таких заходів:

* усунення зовнішніх факторів банкрутства; удосконалення поточного календаря фінансового документа, у якому докладно відображається грошовий обіг підприємства; регулювання рівня незавершеного виробництва; переведення низькооборотних активів до високооборотних;
* вживання локальних заходів з поліпшення фінансового стану; забезпечення фінансового становища підприємства в середньостроковій перспективі, яке виявляється в стабільному надходженні виручки від реалізації в достатньому рівні ліквідності активів, підвищенні рентабельності продукції, установлення призупинення штрафних санкцій за прострочену кредиторську заборгованість, забезпечення достатності фінансових ресурсів для покриття нових поточних зобов’язань; поступове погашення старих боргів, скорочення витрат до мінімально допустимого рівня, проведення енерго- і ресурсоощадних заходів;
* створення стабільної фінансової бази; забезпечення стійкого фінансового становища підприємств у довгостроковій перспективі, створення оптимальної структури балансу та фінансових результатів, фінансової системи підприємства до несприятливого зовнішнього впливу.

Становлення ринкових відносин в Україні супроводжувалося активним розвитком підприємництва, створенням нових підприємств, діяльність яких спрямована на досягнення певних результатів. Однак їхньою особливістю була і залишається низька економічна стійкість. Особливо це проявляється сьогодні під час економічної кризи. Тому дослідження економічних процесів нарівні підприємства як основної ланки національної економіки має ключове значення. Саме на цьому рівні управління необхідно глибоко визначити всі можливості, які є у кожного підприємця для досягнення та підтримання стійкого й ефективного розвитку економіки. І, що важливо, від вирішення цих проблем підприємствами залежить економічна стійкість на всіх інших рівнях управління виробництвом.

Економічну стійкість підприємства необхідно розуміти як сукупність її взаємообумовлених і взаємопов’язаних складових, які за будь-яких умов забезпечують здатність до ведення діяльності підприємств, запас ресурсів (ресурсного потенціалу) та збалансований процес функціонування. Збалансованість досягається шляхом забезпечення оптимальних кількісних співвідношень між елементами загальної системи, які дозволяють їй гармонійно розвиватися. Тому економічна стійкість підприємства передбачає такий стан підприємства, за якого забезпечується максимально узгоджена взаємодія всіх його елементів. Пріоритетними та вагомішими функціональними складовими є саме внутрішні чинники. Тому для оцінки економічної стійкості підприємств необхідно класифікувати її складові за функціональною ознакою, а саме: фінансова, виробнича, кадрова,маркетингова, інвестиційна та управлінська. Проте слід враховувати, що кожна із складових(фінансова, виробнича, кадрова, маркетингова, інвестиційна, управлінська) характеризується своїм переліком заходів, які сприяють їх стійкості.

Система заходів для підтримки економічної стійкості підприємства повинна передбачати [74, 92, 99]:

* постійний моніторинг зовнішнього і внутрішнього станів підприємства;
* розробку заходів із зниження зовнішньої вразливості підприємства;
* розробку підготовчих планів при виникненні проблемних ситуацій, здійсненні попередніх заходів для їхнього забезпечення;
* впровадження планів практичних заходів при виникненні кризової ситуації, прийняття ризикових і нестандартних рішень у випадку відхилення розвитку ситуації;
* координацію дій всіх учасників і контроль за виконанням заходів та їхніми результатами.

Саме за таких умов можна забезпечити систему моніторингу кожної із складових економічної стійкості підприємств, яка змогла б надати можливість оптимізувати її відповідно до перспектив розвитку.

Так, якщо моніторингом виявлено недостатній рівень фінансової стійкості підприємства, то можна реалізувати такі дії:

* оптимізація руху фінансових ресурсів підприємства і врегулювання фінансових відносин,які виникають під час розрахункових відносин між господарюючими суб’єктами з метою ефективного їхнього розподілу;
* розробка стійкої фінансової стратегії підприємства;
* розробка проектів перспективних і поточних фінансових планів, прогнозних балансів та бюджетних коштів;
* розрахунок прогнозних значень реалізації продукції (планів продажів) і планів капіталовкладень, собівартості продукції тощо;
* визначення джерел фінансування господарської діяльності, а також бюджетне фінансування, довго- та короткострокове кредитування тощо;
* координація фінансових підрозділів підприємства.

Саме за рахунок стійкої фінансової складової підприємство спроможне вкладати кошти у розробку нових товарів (послуг), освоювати нові ринки збуту шляхом демпінгу, забезпечувати або сприяти забезпеченню маркетингової стійкості підприємства, розвивати нові напрями діяльності,підтримувати інвестиційну стійкість, і, маючи висококваліфікований персонал, забезпечувати кадрову стійкість підприємства, ефективний процес управління. Отже, фінансова складова вважається провідною та вирішальною, оскільки в ринкових умовах господарювання фінанси є рушійною силою будь-якої економічної системи.

Що стосується кадрової стійкості підприємства, то важливість цієї функціональної складової полягає у тому, що від кваліфікації, корпоративної культури і компетенції працівників залежатиме,чи буде конкретний клієнт і надалі замовляти продукцію підприємства, чи обере конкурента. Це залежить від: кваліфікованого обслуговування під час продажу та після продажного обслуговування; професіоналізму, ввічливості, чесності, порядності, надійності, оперативності, ініціативності та комунікабельності працівників; якісної технічної підтримки продукції; добрих стосунків на всіх рівнях; кваліфікованих менеджерів та інженерно-технічних працівників; корпоративної культури, яка склалася на підприємстві.

Для того, щоб працівники підприємства відповідали всім вищезазначеним характеристикам, потрібен системний аналіз кадрової політики та постійне її вдосконалення. Так, на багатьох підприємствах нині створюються відділи «Управління персоналом», які займаються підвищенням кваліфікації персоналу. Інакше кажучи, кадрова стійкість підприємства забезпечується під час ефективної кадрової політики та соціальної програми стратегії кадрового розвитку персоналу [57].

Важливим об’єктом регулювання, відповідно до моніторингу, є виробнича стійкість підприємства. З огляду на складність виробничих відносин на підприємстві та різноманітність виконуваних ним функцій його стійкість визначається багатьма внутрішніми та зовнішніми чинниками, кожний з яких впливає на постачання та відновлення якісного, конкурентоспроможного продукту. Управління виробничим процесом через виробничий менеджмент найуспішніше здійснюється завдяки гнучким планам, правильному використанню елементів виробничої системи та дієвого контролю над усіма видами діяльності підприємств. Основними кінцевими цілями у забезпеченні стійкого виробничого процесу є: оптимальний обсяг продажів, якість виготовленої продукції, задоволення споживача, одержання прибутку, зміцнення іміджу підприємства, постійний контакт із клієнтами, після продажне обслуговування. Саме постійний контроль за підвищенням ефективності виробництва і ресурсним забезпеченням може гарантувати виконання основних цілей виробничого процесу підприємств та його стійкості.

Досягнення економічної стійкості підприємства можливе лише за умови використання елементів сучасного менеджменту, своєчасної реакції на зміни зовнішнього середовища та стратегічного бачення майбутнього стану підприємства.

# Висновки до першого розділу

1. Фінансово-економічний стан підприємства - це комплексне поняття, у якому знаходять відображення у вартісній формі загальні результати роботи підприємства.
2. Фінансово-економічний стан підприємства визначається за допомогою системи показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів та є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства.
3. На фінансовий стан окремого підприємства здійснюють вплив безліч чинників, серед яких останнім часом зовнішні чинники займають центральне місце.
4. Загалом, аналіз фінансової звітності розглядається як процес оцінювання поточного і майбутнього фінансово-економічного становища та результатів діяльності підприємства. У вітчизняній економічній літературі широко описані методи аналізу та порядок розрахунку показників. Найбільш поширеним методом аналізу фінансової звітності є коефіцієнтний підхід.
5. В роботі визначені основні напрямки поліпшення фінансового стану підприємства: підвищення ефективності управління підприємством, підвищення ефективності маркетингової діяльності, підвищення ефективності виробничої діяльності, створення умов для розвитку трудового потенціалу підприємства.

# РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТОВ «НВО «СЄВЄРОДОНЕЦЬКИЙ СКЛОПЛАСТИК»

## 2.1 Історія розвитку та загальна характеристика господарської діяльності підприємства

ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»» − є найбільшим виробником в Україні: півтрузіонних склопластикових профілів широкої номенклатури діелектричного та конструкційного застосування; склополотна (30-120 г/м2) - основи покрівельних матеріалів;малярного полотна (30-60 г/м2), у тому числі армованого;фенольних скло наповнених пресматеріалів таких типів: АГ-4НС, АГ-4В-10-4,5, ДСВ-2, ДСВ-4, ГСП-8, ДСП-32, ГСП-400; фенолформальдегідних смол для застосування у виробництві мінераловатних утеплювальних плит і вологостійкої фанери: PF 0109 «Стеклорезин» і СФЖ 3014.

Історія підприємства почалася в період успішного розвитку хімічної науки. Створення цілого ряду полімерних матеріалів, що володіють найрізноманітнішими властивостями, зумовили реальну можливість виробництва і застосування пластичних мас, в тому числі і склопластиків, натомість сталі, кольорових металів, деревини і інших традиційних матеріалів.

Ще в 50-ті роки пластичні маси, армовані скловолокнистими наповнювачами − склопластики вважалися новинкою, а їх виробництво носило дослідницький характер.

В даний час склопластики широко використовують у багатьох галузях промисловості: в автомобіле- і суднобудуванні, машинобудуванні, електротехнічній, радіотехнічній, хімічній і інших галузях.

Будівництво Сєвєродонецького заводу склопластиків ˗ першого в країні спеціалізованого підприємства з виробництва склопластиків, було передбачено Розпорядженням Ради Міністрів СРСР № 903-Р від 22 березня 1956 р. і Постановою ЦК КПРС і Ради Міністрів СРСР від 23 липня 1953 р. №795.

Будівництво заводу було розпочато в 1956 р. за проектом Ленінградського інституту «ГІПРОСКЛО».

Постановою Ради Міністрів СРСР №1110 від 30 листопада 1961 р. Сєвєродонецький завод склопластиків було включено в перелік особливо важливих будівництв Радянського Союзу.

У 1961 році були здані в експлуатацію дослідно-експериментальний цех, інженерні мережі і споруди, складські приміщення, ремонтно-механічний цех.

У 1962 році на установці фірми «Пластрекс» була освоєна технологія виробництва склопластикових труб та розпочато їх промисловий випуск.

У 1963 році було змонтовано і запущено в експлуатацію лінію з виробництва хвилястого поліефірного склопластику.

У грудні 1963 року Державною комісією був прийнятий перший комплекс 1-ї черги заводу: цех з приготування шихти, скловаріння і виробництва склокульок, цех виробництва скловолокна та склонаповнювачів, цех з виробництва листового пресованого і хвилястого склопластику, труб профільних виробів, цех приготування зв'язувальних.

В 1965 році на заводі були створені науково-дослідницькі лабораторії, які були покликані вирішувати проблемні завдання в області виробництва і застосування склопластиків.

У 1967 році на заводі, вперше в країні, організовано скло наповнених поліамідів ˗ матеріалів, широко використовуваних в електротехнічній, радіотехнічній та ін. галузях промисловості. В цьому ж році розпочато виробництво перших товарів народного споживання: телескопічних вудилищ, лижних палиць, підносів із склопластику.

У 1969 році введено в експлуатацію потужності з виробництва скловолокнистих пресматеріалів та переробки їх у вироби.

У 1971 році вперше у світовій практиці на заводі освоєна технологія і введений в експлуатацію промисловий цех з виробництва скловолокна одностадійним способом.

У 1973 році продовжувалися роботи по впровадженню нових видів продукції.Організований промисловий випуск рулонного світлопропускаючого склопластику для сільського господарства.

На дослідно-промисловій установці освоєна технологія виробництва біпластмас ˗ труб і мірників.

Організовано виробництво пресматеріалів марки ДСП.

Впроваджена технологія виробництва телескопічних вудилищ без шліфування та поверхневої забарвлення.

У 1974 році вперше в СРСР запроваджено процес отримання матеріалу з ультратонкого штапельного скляного волокна.

У 1974˗1975 рр. реконструйовано скловарні регенеративні печі з установкою на кожній печі п'яти автоматів АСШ. Приріст потужності склав 5431 тонну склокульок в рік.

У 1976 році освоєно технологічний процес отримання склонаповнювальних термопластів на імпортному обладнанні фірм Варнер і Баттенфельд.

У цьому ж році, з метою підвищення ефективності виробництва і прискорення впровадження результатів науково - дослідних і досвідчених робіт і виробництво, наказом Міністра хімічної промисловості СРСР від 12 жовтня 1976 р., № 687 на базі Сєверодонецького заводу склопластиків і дослідно-конструкторського бюро синтетичних продуктів було створено Сєверодонецьке виробниче об'єднання «Склопластик».

Основними напрямками науково-дослідних дослідних робіт стали:

- розробка промислової технології та асортименту корозійно-стійких склопластикових труб і ємностей;

- розробка технології одержання нових видів скло наповнених термопластів;

- створення зв'язуючих для склопластиків.

Наукова частина має в своєму розпорядженні кваліфіковані кадри, добре обладнані лабораторії, технологічну оснастку, дослідне виробництво для проведення наукових досліджень.

У наступні роки об'єднання продовжує нарощувати обсяги виробництва. 3а рахунок технічного переозброєння, впровадження високопродуктивного, як вітчизняного, так і імпортного обладнання значно розширено асортимент, збільшено обсяг випуску та покращено якість випущених пресматеріалів, труб, ємнісної апаратури, тобто тих видів склопластиків, застосування яких у народному господарстві прискорює темпи науково-технічного прогресу і дає великий економічний ефект.

У 1978 році впроваджена технологія виробництва пресматеріалу ДСВ і на нових високопродуктивних установках з електрообігрівом.

Впроваджена технологія виробництва великогабаритних ємностей зі склопластику діаметром до 13 метрів.

У 1979 році впроваджена промислова скловарна піч прямого нагріву на хромокислих вогнетривах.

У 1980 році впроваджені 800-фільєрних склоплавильних судин. Впроваджено технології виробництва ємностей-цистерн зі склопластику для транспортування і внесення в грунт рідких комплексних добрив. Впроваджена в експлуатацію установка з очищення пароповітряної суміші і рекуперації спирту від виробництва пресматеріалів.

У 1981 році освоєно виробництво горизонтальних ємностей зі склопластику об'ємом 10, 16 і 25 куб. метрів для зберігання агресивних рідин натомість ємностей із спеціальних сталей.

У 1983 році впроваджена технологія вироблення склонітей 160, 240 і 280 тексов на склоплавильних судинах.

У 1983 році освоєна технологія виробництва склопластикових коробів для захисту контактної рейки метрополітену, замість дерев'яних.

Впроваджена технологія виробництва склонаповнених термопластів на високопродуктивній установці фірми Бусс (Швейцарія).

У 1984 році впроваджена регенеративна скловарна піч із застосуванням склостійких хромокисневих і дензоцирконових вогнетривів; технологія виробництва ємностей з гелькоут-шаром; освоєний випуск склоармованого поліетилентерефталату.

У 1985 році впроваджено у виробництво високопродуктивні склоплавильні судини 4Щ-8О-78 СБ і 8Щ-160-77. Освоєний випуск ТНВ - футляр для магнітофонних касет, весла для надувних човнів. Впроваджена технологія пресматеріалів з використанням спиртового розчину ПВБ замість клею БФ-4. Впроваджена технологія отримання склокульок на реконструйованій скловарній печі №4. Впроваджена технологічна лінія для виготовлення препрегів на основі нетканих скловолокнистих матеріалів та паст для виготовлення листового склопластику.

У 1986 році проводилися заходи щодо впровадження прогресивної технології-2, по впровадженню механізації трудомістких операцій по збірці шахтарських касок з допомогою РТК, щодо впровадження другого та керуючого обчислювального комплексу на базі міні - та мікропроцесорів з освоєння нових видів продукції. Впроваджена технологія отримання склокульок на реконструйованій скловарній печі №3. Освоєний промисловий випуск нового виду продукції (вперше в СРСР) каплеуловлювач зі склопластику для градирень водооборотних циклів.

Проводилися роботи з освоєння дослідно-промислового виробництва склоармованого поліпропілену.

У 1987 році впроваджена технологія отримання склопластикових корпусів скрубберрів - апаратів мокрого типу для очищення дурнопахнущих речовин:

- розроблений корпус хроматографічних колон для отримання очищених розчинів сульфату цинку у виробництві катодлюминофорів;

- вдосконалена технологія виробництва склопластикових труб безперервним методом;

- розроблена вертикальна ємність об'ємом 20 куб. метрів: з склопластику.

В 2007 р. було почато масштабне технічне переозброєння ТОВ НВО «Сєвєродонецький Склопластик» і на протязі чотирьох років були створені нові сучасні дільниці з виробництва склополотна, пултрузійних склопластиків, штукатурної склосітки. Дані дільниці оснащені високотехнологічним обладнанням провідних європейських виробників – «Lipex» Германія, «Pultrex» Англія та ін., що дає змогу виробляти різну продукцію стабільно високої якості.

На сьогоднішній день науково-виробниче об’єднання виготовляє більш ніж 250 найменувань видів продукції і здійснює її постачання в 16 країн світу, в т.ч. Германію, Францію, Італію, Колумбію, Турцію, Голандію, Польщу.

Науково-виробниче об’єднання прагне бути інноваційним підприємством, яке забезпечує своїм розвитком найбільш вибагливі потреби споживачів. Колектив підприємства безперервно відтворює і зберігає нові знання, і повністю поділяє ідеологію, яка закладена в його місії: «Виробляти композитні вироби для їх використання в усіх сферах життєдіяльності суспільства, змінюючи уявлення споживачів про можливості використання композитів. Шукати і знаходити нові предметні сфери використання виробів із скловолокна».

Основні зусилля підприємства направлені на постійне удосконалення продукції, що виробляється, технологій та обладнання, що використовуються, на підвищення ефективності своєї діяльності на всіх організаційних рівнях, на вивчення і запровадження досвіду найкращих світових виробників композитів.

ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» виробляє профілі склопластикі конструкційні будівельні пултрузійні ТУ У 22.2-36221647-007:2014. Також на підприємстві виготовляють пултрузійні профілі електроізоляційного й конструкційного призначення ТУ 25.2-36221647-004:2012 . Історія пултрузійного виробництва на підприємстві розпочалася в січні 1971 року, коли була введена в експлуатацію перша лінія профільних склопластиків типа «Катерпиллер». В грудні 1986 року була введена в експлуатацію линия профільних склопластиків Дніпропетровського заводу «ПолімерМаш». В 1992 році була проведена реконструкція виробництва. В 2007, 2012 роках було придбано нове обладнання провідних мирових пултрузійних машинобудівних компаній, проведена реконструкція виробництва.

В залежності від призначення склопластикового профілю він може бути виготовлений з використанням різних арміруючих матеріалів і різних полімерних матриць. Підприємство розробляє і виробляє профілі під особливі умови експлуатації. Для рішення цих завдань на підприємстві функціонує центральна заводська лабораторія, конструкторське бюро.

Склопластик – це матеріал з малою питомою вагою, але з високою міцністю. Сфера використання склопластиків достатньо розгалужена і постійно розширюється. Це обумовлено його відмінними характеристиками: високі фізико-механічні властивості (як у сталі), не піддається корозії, низька теплопровідність (як у дерева), стійкість до вологи, має діелектричні властивості, високу хімічну стійкість до агресивного середовища, відсутність експлуатаційних витрат, легкість складання. Завдяки даним властивостям склопластики успішно конкуруют з такими традиційними матеріалами як сталь, деревина, бетон, алюміній.

Склопластики використовують різні галузі промисловості: енергетика, залізнодорожна інфраструктура, машинобудування - автомобільна промисловість, станкобудівництво, вагонобудівництво. В дорожній інфраструктурі склопластики найшли застосування в огороджувальних конструкціях, різних сітках, решітках, панелях і анкерах, які використовуються для підсилення відкосів насипів; в трубах під автотраси; стовбах; рекламних та інформаційних щитах. Активно використовують склопластики в інженерних спорудах, які потребують великих витрат на утримання. Це - перильні огородження, стовби, лінії електропередач, решітки і настили виробничих площ, опори і підвіски повітряних силових електромереж для електричного залізнодорожного та міського транспорту. Висока корозійна стійкість забезпечила використання склопластиків в конструкціях, які працюють в безпосередньому контакті з водою і агресивними рідинами: в відстойних системах, очисних спорудах, системах водопостачання, дамбах.

На вітчизняному товарному ринку конкурентами ТОВ НВО «Сєвєродонецький Склопластик» виступають: ТОВ ЕСТА ЛТД м. Миколаїв, ТОВ УМС «Поліестер» м. Київ, ТОВ «Вікотекс» м. Харків, ТОВ «Укркомпозит» м. Дніпро, підприємство «Корда» м. Москва (Росія), АТ Полоцьк-Скловолокно Білорусь.

Дослідження показало, що підприємство позиціонує себе на товарному ринку як надійний, толерантний, уважний партнер.

Конкурентні переваги науково-виробничого об’єднання наступні:

1. Наявність власного конструкторського бюро дозволяє підприємству виконувати індивідуальні замовлення споживачів згідно проектного завдання.
2. Високий професіоналізм, компетентність та накопичений досвід наукового персоналу дозволяє модифікувати вироби згідно зі специфікою діяльності замовника.
3. Терміни освоєння і виробництва нового виробу згідно з технічним завданням замовника – мінімальні, завдяки тому, що підприємство має власний механічий цех, де можливо виготовити допоміжне обладнання і оснащення.
4. Система менеджменту якості на підприємстві сертифікована у відповідності зі стандартом ISO - 9001.2000. Повний поопераційний контроль виробництва забезпечує відповідність високим стандартам якості продукції. Якість готової продукції забезпечується шляхом перевірки кожної партії продукції у власному сертифіцированому випробувальному центрі, що підтверджується неодноразово проведеними іспитами в незалежних державних лабораторіях.

Для забезпечення кращих умов постачання підприємство Сєвєродонецький «Склопластик» надає замовникам логістичні послуги з доставки, експедирування і таможенного оформлення продукції. Підприємство реалізує свою продукцію в Україні, СНД, а також в країнах Європейського Союзу та Близького Сходу. Дилери підприємства знаходяться в Германії, Польщі, Турції, Чехії, Білорусії.

Особлива увага останнім часом приділяється таким важливим факторам зростання продуктивності праці і підвищення якості продукції, як механізація і автоматизація трудомістких виробничих процесів, широке використання досягнень науково-технічного прогресу, перехід на бригадні форми організації праці. Рівень механізації праці в об'єднанні становить 58,4%, 61% персоналу переведено на бригадні форми організації праці.

В даний час об'єднання ˗ це найбільше в країні багатопрофільне підприємство з виробництва склопластиків, на якому освоєні майже всі відомі способи отримання склопластиків.

ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» має лінійно-функціональну структуру управління, схема якої представлена на рис. 2.1.

Вищим органом товариства з обмеженою відповідальністю є збори учасників. Вони складаються з учасників товариства або призначених ними представників. Представники учасників можуть бути постійними або призначеними на певний строк. Учасники мають кількість голосів, пропорційно розміру їхніх часток у статутному фонді. Збори учасників товариства обирають голову товариства.

Головний механік-

керівник ремонтно- механічного цеху

Головний технолог

Керівник проектно-конструкторського бюро

Випробувальний центр

Головний метролог-

керівник.цеху КВПіА

Головний енергетик-керівник енергослужби

Заст.директора з економіки і фінансів

Заст.директора з комерційних питань і маркетингу

Головний інженер

Заст.директора з виробництва

Бухгалтерия

Керівник фінвідділу

Керівник ПЕВ

Керівник відділу маркетингу

Керівник відділу збуту

Керівник транспортного цеху

Керівник відділу управління персоналом

Лінійні структурні підрозділи

Керівник виробничо-технічного відділу

Директор

ЦЗЛ

Рис. 2.1. Організаційна структура управління ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»

Директор підприємства виконує наступні функції:

загальне управління виробничо-господарською і фінансово-економічною діяльністю підприємства;

організація взаємодії всіх структурних підрозділів, цехів і виробничих одиниць;

забезпечення виконання всіх прийнятих підприємством зобов'язань, включаючи зобов'язання перед бюджетами різних рівнів та позабюджетними фондами, а також по договорах;

створення умов для впровадження новітньої техніки й технології, прогресивних форм управління і організації праці;

вживання заходів по забезпеченню здорових і безпечних умов праці на підприємстві;

контроль за дотриманням законодавства в діяльності всіх служб;

захист майнових інтересів підприємства в суді, органах державної влади.

Директор не в змозі ухвалювати рішення щодо всіх питань, що стосується діяльності підприємства. Тому частину своїх повноважень він передає заступникам. У безпосередньому підпорядкуванні директора перебувають заступник директора з комерційних питань і маркетингу, заступник директора з економіки і фінансів, заступник директора з виробництва, головний інженер.

Функціональне управління здійснюють служби і відділи.

Виробничо-технічний відділ організовує технічну підготовку виробництва, забезпечує прискорення темпів росту продуктивності праці, скорочення витрат праці на виробництво, поліпшення якості продукції. Координує роботу технічних служб підприємства з випробування нових технічних засобів, створення й освоєння нових видів продукції, комплексній механізації й автоматизації виробництва. Здійснює управління поточним і перспективним плануванням технічного розвитку заводу, його виробничої бази.

Головний технолог веде розробку та впровадження у виробництво прогресивних, економічно обґрунтованих технологічних процесів і режимів на продукцію, що виготовляється, що забезпечують підвищення рівня технологічної підготовки виробництва, скорочення витрат праці на виробництво продукції, поліпшення її якості та прискорення темпів росту продуктивності праці; здійснює управляння розробкою технологічної документації і контроль над забезпеченням нею виробництва, розглядає і затверджує зміни, внесені в технічну документацію у зв'язку з коректуванням технологічний процесів, режимів виробництва тощо.

Економічна служба на підприємстві представлена планово-економічним відділом, фінансовим відділом, бухгалтерією.

Функції планово-економічного відділу:

здійснення контролю виконання й дотримання нормативних актів з організації планування виробництва;

на основі оперативного і статистичного обліку здійснення повсякденного аналізу і контролю техніко-економічних показників;

прогнозування техніко-економічних і фінансових показників на рік з розбивкою за кварталами і місяцями;

виявлення резервів збільшення випуску продукції і підвищення ефективності виробництва;

узагальнення економічних даних і складання статистичних звітів.

Бухгалтерія підприємства здійснює функції контролю, обліку журналів-ордерів, головної книги і балансу, складання звітів, аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства за даними бухгалтерського обліку.

## 2.2. Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності підприємства

Поняття техніко-економічних показників підприємства являє собою систему вимірників, які характеризують всю матеріально-виробничу базу на підприємстві, а також використання ресурсів у комплексі. Збір техніко-економічних показників необхідний для здійснення аналізу і планування організації виробництва праці, якості продукції, рівня техніки, використання трудових та інших ресурсів, основних і оборотних фондів.

Техніко-економічні показники роботи ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»» за 2013-2015 роки наведені в табл. 2.1.

За даними табл. 2.1 впродовж трьох останніх років підприємство збільшувало обсяги виробництва та реалізації продукції у вартісному вираженні. Зростання товарної продукції у 2015 р. в порівнянні з 2013 р. склало 704 %, а в порівнянні з 2014 р. ˗652% . Слід зазначити, що темпи зростання товарної продукції у 2015р. в порівнянні з 2014р. і 2013 р. перевищують темпи зростання собівартості товарної продукції, що свідчить про підвищення ефективності виробництва підприємства.

У звітному році досягнуто відносно високу рентабельність ˗ рівень рентабельності витрат 17,6% ; рентабельність продажу – 15 %. Основні причинизростання рентабельності випереджаючі темпи зростання обсягів продажів та зростання цін на продукцію, чому сприяла ринкова кон’юнктура у 2015 р.

Позитивна динаміка обсягу товарної продукції сприяла підвищенню рівня фондовіддачі. У 2014 р. спостерігається найбільша вартість основних засобів, що свідчить про оновлення їх складу і модернізацію.

Узагальнюючи оцінку економічного стану підприємства за три роки, можна сказати, що найуспішнішим для підприємства став 2015 р., найгіршим, збитковим – 2013 р.

Таблиця 2.1

Аналіз динаміки основних техніко-економічних показників

господарської діяльності ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Од.  виміру | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | Відхилення  2014р. від 2013р. | | Відхилення  2015р. від 2014р. | | Відхилення  2015р. від 2013р. | |
| абсолютне | відносне,% | абсолютне | відносне,% | абсолютне | відносне,% |
| 1. Обсяг товарної продукції | тис. грн. | 92626,1 | 99066,4 | 744916,12 | 6440,25 | 6,95 | 645849,72 | 652 | 652290,02 | 704 |
| 2. Собівартість товарної продукції | тис. грн. | 88855,1 | 97052,2 | 553701,51 | 8197,1 | 9,2 | 456649,31 | 470 | 464846,41 | 523 |
| 3. Обсяг реалізованої продукції | тис. грн. | 88891,8 | 107624,5 | 716265,5 | 18732,7 | 21,1 | 608641 | 565 | 627373,7 | 706 |
| 4. Собівартість реалізованої продукції | тис. грн. | 90382,6 | 96416,8 | 608797,7 | 6034,2 | 6,7 | 512380,9 | 531 | 518415,1 | 573 |
| 4. Витрати на 1 грн. реалізованої продукції | грн. | 1,02 | 0,90 | 0,85 | -0,12 | -11,89 | -0,05 | -5,5 | -0,17 | -16,7 |
| 5. Прибуток (збиток) від реалізації продукції | тис. грн. | -1490,8 | 11207,7 | 107467,8 | 12698,5 | - | 96260,1 | 858 | 108958,6 | - |
| 6. Рентабельність витрат | % | - | 11,6 | 17,6 | - | - | 6 | - | - | - |
| 7. Рентабельність продажів | % | - | 10,4 | 15 | - | - | 4,6 | - | - | - |
| 8. Середньорічна вартість основних фондів | тис. грн. | 3454,6 | 3532,3 | 3307,0 | 77,75 | 2,25 | -225,3 | -6,38 | -147,55 | -4,27 |
| 9.Фондовіддача | грн./грн. | 26,8 | 28,0 | 225,25 | 1,2 | 4,6 | 197,25 | 704 | 198,45 | 740 |

Аналіз динаміки товарної та реалізованої продукції виробництва виконується з метою одержання інформації про результати діяльності підприємства, які досягнуті ним у виробничій сфері та у сфері обігу, про етап життєвого циклу продукції, щоб приймати подальші рішення щодо подальшого виробництва, оновлення або скорочення виробництва у даній галузі.

Починається аналіз з розрахунку та співставлення базисних і ланцюгових темпів зростання і приросту (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Аналіз динаміки товарної і реалізованої продукції

ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Рік | Товарна продукція,  тис. грн. | Темпи зростання,% | | Реалізована продукція,  тис. грн. | Темпи зростання,% | |
| базисні | ланцюгові | базисні | ланцюгові |
| 2013 | 92626,1 | 100 | 100 | 88891,8 | 100 | 100 |
| 2014 | 85338,09 | 92,13 | 92,13 | 92710,28 | 104,30 | 104,30 |
| 2015 | 96853,58 | 104,56 | 113,49 | 92855,48 | 104,46 | 100,16 |

Середньорічний темп зростання (приросту) випуску і реалізації продукції можна розрахувати за середньогеометричною зваженою:

 (2.1)

де  - середньорічний темп зростання товарної або реалізованої продукції;

 - середньорічний темп приросту товарної або реалізованої продукції.

Розрахунок середньорічного темпу зростання і темпу приросту обсягу товарної продукції:



Розрахунок середньорічного темпу зростання і темпу приросту обсягу реалізованої продукції:



З розрахунку показників видно, що темпи приросту товарної продукції незначно перевищують темпи приросту реалізованої продукції, отже поповнюються залишки готової продукції на складі.

Для наочності динаміка товарної та реалізованої продукції наведена на рис. 2.2.

тис. грн

Рис. 2.2. Динаміка обсягів товарної та реалізованої продукції

У 2014 р., як видно з діаграми, обсяги реалізації продукції перевищували обсяги товарної продукції; у 2013 р. і 2015 р. навпаки відставали. Ринкові умови та результативна робота збутової служби сприяла збільшенню попиту та продажу продукції підприємства. Можливо мали місце структурні зміни у бік збільшення питомої ваги більш рентабельної продукції у загальному обсязі.

Щоб визначити характер та величину впливу структурного чинника необхідно виконати аналіз структури реалізованої продукції.

Виконати план за структурою ˗ значить зберегти у фактичному випуску продукції заплановані співвідношення окремих її видів. Зміна структури виробництва має великий вплив на економічні та фінансові показники підприємства (обсяг випуску у вартісній оцінці, матеріаломісткість, собівартість, прибуток, рентабельність та ін.).

Зміна структури виробництва впливає на обсяг випуску у вартісній оцінці, матеріалоємність, собівартість продукції, прибуток, рентабельність. Наприклад, якщо збільшується питома вага більш дорогої продукції, то обсяг її виробництва у вартісному вираженні зростає і навпаки.

ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» виробляє продукцію у широкому асортименті та номенклатурі. Інформація про кількість виробленої продукції у натуральному та вартісному вираженні за цінами реалізації наведена у табл. 2.3-2.5.

Таблиця 2.3

Випуск продукції у цінах реалізації за 2013 р.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид продукції | Кількість | Ціна, грн. | Сума, грн. |
| Прес-матеріали, кг | 535585,0 | 36,62 | 19612683,52 |
| Лаки, кг | 440,0 | 19,11 | 8408,0 |
| Пластик деталі з’єднувальні, кмп | 9161,0 | 1435,93 | 13154521,66 |
| Профілі, труби, плити, м.п. | 1432551,02 | 8,33 | 11940126,56 |
| Полотно, м.кв. | 38474042,0 | 1,18 | 45444384,19 |
| Сітки скловолокнисті, м.кв. | 677399,0 | 3,64 | 2466118,48 |
| Підсумок | - | - | 92626242,41 |

Таблиця 2.4

Випуск продукції у цінах реалізації за 2014 р.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид продукції | Кількість | Ціна, грн | Сума, грн. |
| Прес-матеріали, кг | 314728,0 | 50,57 | 15914687,12 |
| Пластик деталі з’єднувальні, кмп | 11381,0 | 644,79 | 7338377,52 |
| Профілі, труби, плити, м.п. | 1627155,06 | 11,95 | 19441899,50 |

Продовження табл. 2.4

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид продукції | Кількість | Ціна, грн | Сума, грн. |
| Полотно, м.кв. | 35121513,60 | 1,49 | 52453980,56 |
| Сітки скловолокнисті, м.кв. | 818220,0 | 4,79 | 3917260,98 |
| Підсумок |  |  | 99066205,68 |

Таблиця 2.5

Випуск продукції у цінах реалізації за 2015 р.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид продукції | Кількість | Ціна, грн | Сума, грн. |
| Прес-матеріали, кг | 264480 | 83,26757 | 22022607,12 |
| Смоли. Лаки, кг | 10 | 40 | 400,0 |
| Тара ящики, шт. | 1501 | 95 | 142595,0 |
| Пластик деталі з’єднувальні, кмп | 13836 | 754,51388 | 10439454,0 |
| Профілі, труби, плити, м.п. | 1481567,34 | 16,46701 | 24396982,83 |
| Полотно, м.кв. | 34470623 | 2,22879 | 76827889,20 |
| Сітки скловолокнисті, м.кв. | 814650 | 7,87803 | 6417840,0 |
| Підсумок | - | - | 140247768,15 |

Дані табл. 2.3-2.5 свідчать про зростання вартісного обсягу виробництва продукції. Номенклатура суттєво не змінювалася впродовж трьох років. У 2014 році не вироблялися лаки, а у звітному 2015 р. стали випускати тару. Основними видами продукції є прес-матеріали і профілі, труби, плити, полотно. Аналіз динаміки показників обсягу товарної продукції за видами продукції представлено у табл. 2.6.

За даними табл. 2.6 серед видів продукції перше місце по обсягам зростання зайняли сітки скловолокнисті – 160,24% за три роки. Водночас різко зменшився випуск лаків – на 95,24%. Однак збільшення обсягу окремого виду продукції не завжди сприяє зростанню її питомої ваги у загальному обсязі.

Таблиця 2.6

Аналіз динаміки показників обсягу товарної продукції за видами продукції за період 2013-2015 рр.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид продукції | 2013р. | 2014р. | 2015р. | Відносне відхилення, % | | |
| 2014 р. від  2013 р. | 2015 р. від  2014 р. | 2015 р. від  2013 р. |
| грн. | | |
| Прес-матеріали | 19612683,52 | 15914687,12 | 22022607,12 | -18,86 | 38,38 | 12,29 |
| Смоли. Лаки | 8408,0 | 0 | 400,0 | -100,0 | 100,0 | -95,24 |
| Тара ящики | 0 | 0 | 142595,0 | 0 | 100,0 | 100,0 |
| Пластик деталі з’єднувальні | 13154521,66 | 7338377,52 | 10439454,00 | -44,21 | 42,26 | -20,64 |
| Профілі, труби, плити | 11940126,56 | 19441899,50 | 24396982,83 | 62,83 | 25,49 | 104,33 |
| Полотно | 45444384,19 | 52453980,56 | 76827889,20 | 15,42 | 46,47 | 69,06 |
| Сітки скловолокнисті | 2466118,48 | 3917260,98 | 6417840,00 | 58,84 | 63,83 | 160,24 |
| Підсумок | 92626242,41 | 99066205,68 | 140247768,15 | 6,95 | 41,57 | 51,41 |

У табл. 2.7 виконано аналіз зміни структури товарної продукції за період 2013-2015 рр.

За даними табл. 2.7 можна зробити висновок, що збільшення питомої ваги відбулося за такими асортиментними групами продукції: «полотно», «профілі, труби, плити» та «сітки скловолокнисті», що наочно показано на рис. 2.3.

Для того щоб дати оцінку структурним змінам з точки зору впливу на прибуток підприємства, необхідна інформація про рентабельність кожного виду реалізованої продукції та структурні зміни реалізованої продукції.

Таблиця 2.7

Аналіз структури товарної продукції за період 2013-2015 рр., %

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид продукції | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | Абсолютне відхилення | | |
| 2014 р. від  2013 р. | 2015 р. від  2014 р. | 2015 р.  від  2013 р. |
| Прес-матеріали | 21,17 | 16,06 | 15,70 | -5,11 | -0,36 | -5,47 |
| Смоли. Лаки | 0,01 | 0 | 0,0003 | -0,01 | 0,0003 | -0,0097 |
| Тара ящики | 0 | 0 | 0,10 | 0 | 0,1 | 0,1 |

Продовження табл. 2.7

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид продукції | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | Абсолютне відхилення | | |
| 2014 р. від  2013 р. | 2015 р. від  2014 р. | 2015 р.  від  2013 р. |
| Пластик деталі з’єднувальні | 14,20 | 7,41 | 7,44 | -6,79 | 0,03 | -6,76 |
| Профілі, труби, плити | 12,89 | 19,63 | 17,40 | 6,74 | -2,23 | 4,51 |
| Полотно | 49,06 | 52,95 | 54,78 | 3,89 | 1,83 | 5,72 |
| Сітки скловолокнисті | 2,66 | 3,95 | 4,58 | 1,29 | 0,63 | 1,92 |
| Підсумок | 100,00 | 100,00 | 100,00 | - | - | - |

%

Рис. 2.3. Динаміка структури товарної продукції

за період 2013-2015 рр.

Аналіз структури реалізованої продукції виконується за допомогою табл. 2.8.

Дані таблиці свідчать про значне зменшення питомої ваги групи товарів «Пластик деталі з’єднувальні» (-31,06%) в обсягах реалізації та збільшення питомої ваги склополотна на 29,82 % у звітному періоді в порівнянні з 2014 р.

Таблиця 2.8

Аналіз структури реалізованої продукції за період 2013-2015 рр., %

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид продукції | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. | Абсолютне відхилення | | |
| 2014 р.  від  2013 р. | 2015 р. від  2014 р. | 2015 р.  від  2013 р. |
| Прес-матеріали | 22,41 | 16,36 | 15,68 | -6,05 | -0,68 | -6,73 |
| Смоли. Лаки | 0,0095 | 0,0000 | 0,0003 | -0,0095 | 0,0003 | -0,0092 |
| Тара ящики | 0 | 0 | 0,04 | 0 | 0,04 | 0,04 |
| Пластик деталі з’єднувальні | 11,13 | 37,19 | 6,13 | 26,06 | -31,06 | -5,00 |
| Профілі, труби, плити | 13,44 | 16,48 | 17,00 | 3,04 | 0,52 | 3,56 |
| Полотно | 49,47 | 26,40 | 56,22 | -23,07 | 29,82 | 6,75 |
| Сітки скловолокнисті | 3,54 | 3,57 | 4,92 | 0,03 | 1,35 | 1,38 |
| Підсумок | 100,00 | 100,00 | 100,00 | - | - | - |

Для характеристики інтенсивності структурних перетворень можна використовувати коефіцієнт структурної активності, який розраховується за формулою:

, (2.2)

де ∆Уі - зміна питомої ваги і-го виду продукції у загальному обсязі за період, що досліджується;

n – кількість номенклатурних груп продукції.

Чим активніше структурні перетворення, тим вище рівень цього коефіцієнта.

Розрахунок коефіцієнта для періоду 2013-2014 рік:

= 0,58

Розрахунок коефіцієнта для періоду 2014-2015 рік:

0,63

Розрахункові значення коефіцієнта структурної активності характеризують реакцію підприємства на зміни кон’юнктури ринку, своєчасне оновлення продукції. За період 2013-2014 рр. активність структурних змін була нижча аніж у період 2014-2015 рр.

Керівництву підприємства, зокрема маркетинговій службі, слід підвищувати рівень структурних змін і надалі, оперативно корегувати плани виробництва і реалізації продукції у відповідності з ринковими змінами. Також слід розробити програму дій направлених на подальше розширення ринку збуту, пошук нових сегментів ринку, стимулювання продажу, збільшення гнучкості цінової політики, тощо.

## 2.3. Аналіз фінансового стану підприємства

Фінансовий стан підприємства оцінюється на підставі його фінансової звітності (див. додатки).

Фінансове становище аналізованого підприємства на кінець 2015 р. покращилося, про що свідчить збільшення валюти балансу. В порівнянні з кінцем 2014 року активи підприємства і джерела їх формування виросли на 327,09 млн. грн. або 76,5% і склали 512,413млн. грн.

Наявна інформація свідчить про те, що підприємство не є фондомістким (рис. 2.4). При цьому спостерігається тенденція щорічного зменшення статті незавершені капітальні інвестиції. Знос основних засобів ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» випереджає зростання їхньої балансової вартості, що свідчить про недостатньо інтенсивне оновлення основного капіталу підприємства.

Рис. 2.4. Складові нематеріальних активів підприємства

На протязі трьох років в структурі майна найбільшу частку займали оборотні активи підприємства, які в кінці 2015 р. сягнули 98,96% (див. рис. 2.5). Така ситуація, головним чином, пов’язана зі стрімким зростанням дебіторської заборгованості (рис. 2.6).

Рис. 2.5. Структура активів підприємства

Рис. 2.6. Складові оборотних активів підприємства

Причому, особливо значне зростання відбулося за статтями «Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги» та «Інша поточна дебіторська заборгованість» як в абсолютному виразі, так й у відносному. Питома вага цих статей балансу в загальній вартості активів на кінець 2014 р. значно виросла, а загалом оборотні активи за цей період збільшились у 2,85 рази, що однак менше ніж зростання поточних зобов’язань (4,95 рази), в наслідок чого було відзначене зниження ліквідності підприємства – коефіцієнт загальної ліквідності склав 0,94 порівняно з попереднім значенням 1,63.

Особливістю пасиву підприємства (див. рис. 2.7) є те, що він повністю формується за рахунок довгострокових та поточних зобов’язань. При цьому власний капітал має від’ємну величину в наслідок щорічного зростання непокритих збитків, що супроводжується стрибкоподібним збільшенням довгострокових фінансових зобов’язань та кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги (рис. 2.8).

Рис. 2.7. Структура пасивів підприємства

|  |
| --- |
|  |
| а) довгострокові зобов’язання і забезпечення |
|  |
| б) поточні зобов’язання і забезпечення |

Рис. 2.8. Складові пасиву підприємства

Що стосується фінансових результатів ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик», то вони в 2014-2015 рр. демонструють стрімке зростання чистого доходу від реалізації продукції (табл. 2.9). При цьому собівартість реалізованої продукції зростала повільніше, в результаті чого в цей період підприємство отримувало зростаючий валовий прибуток, наочно це проілюстровано на рис. 2.9.

Таблиця 2.9

Аналіз звіту про фінансові результати, тис. грн

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Стаття звіту | 2013 рік | 2014 рік | 2015 рік | Відхилення | |
| 2014 р. від 2013 р. | 2015 р. від 2014 р. |
| Чистий дохід від реалізації продукції | 88891,8 | 107624,5 | 716265,5 | 18732,7 | 608641 |
| Собівартість реалізованої продукції | 90382,6 | 96416,8 | 608797,7 | 6034,2 | 512380,9 |
| Валовий: |  |  |  |  |  |
| прибуток | - | 11207,7 | 107467,8 | - | 96260,1 |
| збиток | 1490,8 | - | - | - | - |
| Інші операційні доходи | 6774,4 | 16361,0 | 79550,3 | 9586,6 | 63189,3 |
| Адміністративні витрати | 9070,7 | 8770,7 | 10257,2 | -300 | 1486,5 |
| Витрати на збут | 4917,5 | 5030,0 | 7380,3 | 112,5 | 2350,3 |
| Інші операційні витрати | 9250,2 | 93954,3 | 164411,5 | 84704,1 | 70457,2 |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: |  |  |  |  |  |
| прибуток | - | - | 4969,1 | - | - |
| збиток | 17954,8 | 80186,3 | - | 62231,5 | - |
| Інші фінансові доходи | 6,5 | 1,4 | 2,2 | -5,1 | 0,8 |
| Інші доходи | 0,8 | 0,4 | 91,0 | -0,4 | 90,6 |
| Фінансові витрати | 890,0 | 35500,5 | 19678,3 | 34610,5 | -15822,2 |
| Інші витрати | 36,3 | 6,4 | 93,1 | -29,9 | 86,7 |
| Фінансові результати до оподаткування: |  |  |  |  |  |
| прибуток |  |  |  |  |  |
| збиток | 18873,8 | 115691,4 | 14709,1 | 96817,6 | -100982 |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 5,5 | 5,5 | - | - | - |
| Чистий фінансовий результат: |  |  |  |  |  |
| прибуток |  |  |  |  |  |
| збиток | 18879,3 | 115696,9 | 14709,1 | 96817,6 | -100988 |

Рис. 2.9. Динаміка фінансових результатів

Стійку динаміку зростання мають адміністративні витрати (за період 2013-2015 рр. виросли на13,08%), витрати на збут (на 50,08%) та інші операційні витрати (на 777%). Висока питома вага цих витрат у виторзі від реалізації свідчить про незадовільну систему планування і контролю цих витрат. Особливо керівництву підприємству необхідно приділити увагу іншим операційним витратам, частка яких у доході в 2014 р. досягла 87,3%.

У 2015 р. був отриманий прибуток від операційної діяльності в розмірі 4969,1 тис. грн., у той час як у 2014 р. збиток від даного виду діяльності склав 80186,3 тис. грн. Однак питома вага операційного прибутку у виручцівід реалізації склала усього 0,7 %. Невисоке значення операційного прибутку при прийнятному рівні валового прибутку підтверджує наявність проблем у підприємства в системі керування операційними витратами.

У зв'язку, насамперед, зі значним розміром фінансових витрат підприємство все ж у 2015 р. не отримало прибутку. Збиток хоча й зменшився в порівнянні з попередніми роками, однак склав 14709,1 тис. грн.

Фінансові коефіцієнти описують пропорції між різними статтями звітності. Коефіцієнтний аналіз включає розрахунок таких показників:

- коефіцієнти ліквідності і платоспроможності;

- коефіцієнти структури капіталу;

- показники рентабельності;

- показники ділової активності.

Коефіцієнти ліквідності дозволяють визначити здатність підприємства оплатити свої короткострокові зобов'язання протягом звітного періоду.

Показники платоспроможності дозволяють оцінити здатність підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання:

Коефіцієнти ліквідності та платоспроможності ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» розраховуються за формулами (1.1-1.12).

Розрахунок показників наведений в табл. 2.10.

Отримані результати показують, що підприємство є низьколіквідним і

знаходиться в передкризовому фінансовому становищі. Величина коефіцієнту загальної ліквідності показує, що у підприємства поточних активів гранично мало для погашення його короткострокових зобов'язань. Рівень коефіцієнту термінової ліквідності свідчить про те, що поточні зобов'язання можуть бути погашені більш ліквідною частиною оборотних коштів - дебіторською заборгованістю, грошовими коштами. Однак, частка грошових коштів у цих активах дуже мала, а з ліквідністю дебіторської заборгованості можуть виникнути проблеми через відсутність реальних можливостей стягнути борги зі своїх покупців. При розгляді коефіцієнтів в динаміці видно, що їхні значення мають незначні коливання. Це пояснюється тим, що поточні активи та поточні зобов'язання зростали різними темпами.

Показники фінансової стійкості характеризують ступінь захищеності інтересів кредиторів і інвесторів, які мають довгострокові вкладення в підприємство, а також відображають здатність підприємства погашати довгострокову заборгованість. Розраховуються за формулами (1.13-1.20).

Результати розрахунку показників фінансової стійкості наведені в табл. 2.11.

Проведені розрахунки показують, що ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» є фінансово нестійким підприємством. Власний капітал

Таблиця2.10

Показники ліквідності та платоспроможності ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»

(тис. грн)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | Кінець 2013 р. | Кінець 2014р. | | Кінець 2015р. |
| Вихідні дані | | | | |
| Поточні активи | 63256,9 | 180296,6 | | 507083,5 |
| Запаси | 33381 | 32875,8 | | 41342,8 |
| Поточні активи за відрахуванням запасів | 63256,9-33381=29875,9 | 180296,6-32875,8=147421,6 | | 507083,5-41342,8=465740,7 |
| Гроші та їх еквіваленти | 88 | 2029,5 | | 1466 |
| Поточні зобов’язання | 38878,2 | 192381 | | 453931,4 |
| Короткострокова кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги | 35676,2 | 59319,3 | | 311913,4 |
| Показники ліквідності | | | | |
| Коефіцієнт загальної ліквідності |  |  | |  |
| Коефіцієнт термінової ліквідності |  |  | |  |
| Коефіцієнт абсолютної ліквідності |  |  | |  |
| Показники платоспроможності | | | | |
| Власні оборотні кошти | 63256,9-38878,2= 24378,7 | | 180296,6-192381= -12084,4 | 507083,5-453931,4= 53152,1 |
| Джерела формування запасів | 24378,7+ 35676,2= 60054,9 | | -12084,4+59319,3=47234,9 | 53152,1+311913,4= 365065,5 |
| Коефіцієнт покриття запасів |  | |  |  |
| Коефіцієнт маневреності власних обігових коштів |  | | - |  |

Таблиця2.11

Показники фінансової стійкості ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»

(тис. грн)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показник | Кінець 2013 р. | Кінець 2014р. | Кінець 2015р. |
| Вихідні дані | | | |
| Активи підприємства | 70770,6 | 185313,3 | 512412,8 |
| Необоротні активи | 7513,7 | 5016,8 | 5329,3 |
| Власні оборотні кошти | 24378,7 | -12084,4 | 53152,1 |
| Власний капітал | -47706,2 | -163494,2 | -179106,1 |
| Залучені кошти | 70770,6-(-47706,2)= 118476,8 | 185313,3-(-163494,2)= 348807,5 | 512412,8-(-179106,1)= 691518,9 |
| Довгострокові зобов’язання | 79598,6 | 156426,5 | 237587,5 |
| Поточні зобов’язання | 38878,2 | 192381 | 453931,4 |
| Показники фінансової стійкості | | | |
| Коефіцієнт залучених коштів |  |  |  |
| Коефіцієнт структури постійного капіталу |  | - |  |
| Питома вага необоротних активів, що потенційно належить кредиторам | - |  | - |

підприємства на протязі усіх трьох років, що аналізуються, має від’ємне значення. Це пов’язано з наявністю непокритих збитків, які з року в рік зростають. Фактична відсутність власного капіталу робить неможливим розрахунок більшості коефіцієнтів. Величина залучених коштів поступово збільшується, у зв'язку з чим й зростає залежність підприємства від зовнішніх кредиторів.

Показники рентабельності показують ефективність діяльності підприємства, яка визначається шляхом співвідношення результатів діяльності з витраченими ресурсами.

Розраховуються показники рентабельності за формулами (1.22; 1.25-1.27). Розрахунки показників рентабельності «Сєвєродонецький Склопластик» наведені в табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Показники рентабельності ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показник | 2013 р. | 2014 р. | 2015 р. |
| Рентабельність реалізації | - |  |  |
| Рентабельність витрат на виробництво продукції | - |  |  |
| Рентабельність основної діяльності | - | - |  |
| Рентабельність операційної діяльності | - | - |  |

З огляду на те, що підприємство в усіх трьох розглянутих роках має чистий збиток і від’ємний власний капітал, то такі показники рентабельності, як: активів, власного капіталу - не розраховувались. Крім того відсутність позитивного фінансового результату від операційної діяльності в 2013-2014 рр. й валового прибутку в 2013 р., не дозволяє розрахувати інші показники рентабельності для 2013 р. і 2014 р.

За показниками рентабельності, які були розраховані для 2014-215рр.

можна зробити такі висновки. Рентабельності реалізації та витрат підвищилися у результаті більш швидкого зростання валового прибутку, в порівнянні з величинами доходу і витрат. У 2015 р. на кожну гривню вкладену в виробництво продукції ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» отримало 17,6 коп. прибутку, а кожна гривня чистого доходу принесла 15 коп. валового прибутку.

Позитивним у роботі підприємства являється отримання у 2015р. прибутку від основної діяльності. За рахунок значного підвищення доходу від реалізації продукції рентабельність основної діяльності склала 25,7%. Однак великі інші операційні витрати підприємства звели рентабельність операційної діяльності до дуже низького рівня. На кожну гривню витрат по операційній діяльності досліджуване підприємство заробило лише 0,63 коп. прибутку.

Показники ділової активності дозволяють проаналізувати, наскільки ефективно підприємство використовує свої кошти. Важливість цих показників визначається тим, що швидкість обороту коштів підприємства безпосередньо впливає на його платоспроможність і на забезпечення безперервності господарської діяльності. Розрахунки проводяться за формулами (1.28-1.37). розрахунки наведені в табл. 2.13.

За отриманими результатами розрахунків можна зробити висновок про те, що намітилася позитивна тенденція збільшення віддачі активів, що видно зі збільшення коефіцієнту трансформації. До того ж значення цього показника у 2015 р. досягло2,05 грн. в розрахунку на кожну гривню активів. Так само намітилося прискорення оборотності запасів та кредиторської заборгованості. Період оборотності кредиторської заборгованості в 2015 р. склав 111,28 днів, тобто підприємство погашало свою заборгованість в середньому через кожні 111,28 днів. А ось покупці продукції даного підприємства погашали свої зобов’язання в середньому у продовж 51,55 дня. Тому тривалість операційного циклу, яка дорівнює 73,75 дні, говорить про те, що для виробництва, продажу продукції і отримання грошей від покупців підприємству потрібно було близько2,5 місяці. До того ж, період оборотності дебіторської заборгованості більш ніж у 2 рази менше періоду оборотності заборгованості постачальникам та підрядникам.

Таблиця 2.13

Показники ділової активності ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»

| Показники | 2014 р. | 2015 р. |
| --- | --- | --- |
| Коефіцієнт трансформації |  |  |
| Коефіцієнт оборотності запасів |  |  |
| Період оборотності запасів, дні | 365/2,9=125,89 | 365/16,41=22,2 |
| Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості |  |  |
| Період оборотності дебіторської заборгованості, дні | 365/7,22=50,55 | 365/7,08=51,55 |
| Тривалість операційного циклу, дні | 125,89+50,55 = 176,44 | 22,2+51,55 =73,75 |
| Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості |  |  |
| Період оборотності кредиторської заборгованості | 365/2,03=179,8 | 365/3,28=111,28 |
| Тривалість фінансового циклу | 176,44-179,8 = -3,36 | 73,75-111,28 = -37,53 |

Співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги у динаміці наочно представлено на рис.2.10.

Рис. 2.10. Динаміка дебіторської та кредиторської заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги

Все це свідчить про те, що умови, які диктують кредитори, більш вигідні, чим умови, що дане підприємство надає покупцям своєї продукції. Тому отримання коштів від дебіторів більш інтенсивне, чим їхній відтік кредиторам. У результаті цього підприємство не мало дефіциту фінансових ресурсів, про що свідчить тривалість фінансового циклу, однак в 2015 р. мало місце надмірне залучення коштів майже на 38 днів.

# Висновки до другого розділу

Таким чином, результати аналізу фінансового стану «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» свідчать про активну фінансову діяльність з метою розширення масштабів та номенклатури виробництва. Впродовж аналізованого періоду суттєво зростає обсяг реалізації продукції при зниженні рівня собівартості, що обумовлює підвищення у 2015р. рентабельності продажу та витрат, прибутковість основної діяльності.

Необхідно відмітити неефективне управління іншими операційними витратами за аналізований період у наслідок чого у 2014р. операційна діяльність була збитковою, а у 2015р. у результаті значного збільшення доходу від реалізації продукції підприємство отримало невеликий прибуток від цього виду діяльності.

Суттєво підвищилася ефективність управління запасами, це ілюструє зниження тривалості операційного циклу зі 176,44 дня до 73,75 дня. При цьому відмічене недостатній рівень ефективності управління поточними зобов’язаннями підприємства, в наслідок чого отримано від’ємне значення тривалості фінансового циклу. Збільшення рівня іншої поточної дебіторської заборгованості у 2015 р. обумовило граничний рівень ліквідності та платоспроможності підприємства на кінець аналізованого періоду.

Нарощування суми довгострокових позикових зобов’язань впродовж аналізованого періоду обумовлює відповідне зростання фінансових витрат, що у 2014 р. збільшує збитки, а у 2015 р. перекриває операційний прибуток та призводить до збитковості звичайної діяльності.

Відповідно, резервом зміцнення фінансового стану підприємства є подальше нарощування обсягів реалізації продукції та підвищення ефективності управління фінансовими ресурсами.

# РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

## 3.1. Фінансова стратегія в контексті розвитку підприємства

Сучасні умови діяльності багатьох підприємств характеризуються наявністю конкуренції, динамічністю ринкової кон’юнктури, суттєвими змінами у макросередовищі, які представлені тенденціями НТП, швидким застаріванням знань, виникненням нових сфер економіки, змінами способу виробництва – переходу від індустріальної до постіндустріальної економіки тощо. До числа таких характеристик в економіці України, зважаючи на її перехідний характер, слід додати проблеми роздержавлення власності, глобалізаційні процеси, зміну діяльності фінансових інститутів, посилення конкуренції між національними та транснаціональними компаніями на національному ринку тощо [18, 25]. У разі постійних змін в економіці підприємство в умовах ринку аби відповідати вимогам покупців, успішно конкурувати, має адаптуватися або, навіть, випереджати такі зміни. На необхідність такої адаптації вказував ще І. Ансоф в [5], розглядаючи рівні турбулентності зовнішнього середовища та відповідні ним необхідні дії підприємства. На сьогоднішній день більшість підприємств має не просто пристосовуватись до змін у зовнішньому середовищі, причому не тільки змін, які викликані діями суб’єктів мікросередовища, але випереджати такі зміни. Якщо необхідність таких змін розглядати на більш абстраговано, то необхідність адаптації підприємства, його випереджаючої керованої еволюції, управління змінами можна розглядати як необхідність розвитку підприємства.

В забезпеченні стійкого функціонування та розвитку підприємства важлива роль належить фінансовій стратегії.

Грамотно побудована фінансова стратегія дозволяє не тільки забезпечити підприємство фінансовими ресурсами та оптимізувати ризики, але і визначити пакет стратегічних цілей для подальшого ефективного розвитку підприємства.

Питанням формування та реалізації стратегії на підприємствах присвячено багато публікацій у спеціалізованій літературі, а також досліджень зарубіжних науковців, таких як Майкл Е., Ансофф І., Томпсон А.А., , а також таких учених країн СНД, як Уткін Е.Хомініч І. П. та інших.

У більшості наукових праць питання фінансової стратегії підприємства розглядається в контексті стратегічного управління або фінансового менеджменту і носить загальний характер. Для того, щоб з’ясувати сутність, роль та зміст фінансової стратегії, необхідно спочатку розглянути „стратегію” як поняття та економічну категорію [5].

Найбільш поширеним є визначення стратегії як плану, або орієнтиру чи напряму розвитку, додержання якого забезпечить досягнення певних, переважно довгострокових цілей. У такому контексті стратегія пов’язується з реальною поведінкою суб’єкта ринку у конкурентному середовищі. Стратегія як план, хоча і формується в умовах обмеженості інформації про майбутній стан середовища, але розроблені параметри стратегічного розвитку мають бути чітко визначеними і кількісно деталізованими.

Стратегія розглядається і як сукупність певних принципів, правил, послідовність поведінки з урахуванням досвіду діяльності суб’єкта ринку у минулому. При цьому вважається, що майбутнє може бути передбачуваним на основі отриманих знань про минуле [22, с.443].

Стратегія підприємства може розглядатися також як динамічний процес, що орієнтує діяльність підприємства на досягнення головної цілі та реалізацію його місії через ефективне поєднання ресурсів підприємства та вимог і можливостей конкурентного середовища [13, с.223].

Нерідко поняття стратегії тлумачать саме в аспекті довгостроковості. Варіативність визначень поняття стратегії залежить від розуміння суті та форм стратегічного підходу в управлінні.

У літературі немає чіткого та єдиного підходу також і до визначення поняття фінансової стратегії. В цілому фінансова стратегія розглядається науковцями з двох точок зору:

− як одна із функціональних стратегій;

− як ключова стратегія в контексті розвитку підприємства.

В якості функціональної стратегії фінансова стратегія має підпорядкований характер відносно загальної корпоративної стратегії підприємства, тому основною її метою є забезпечення конкурентних позиційна ринку.

У цьому аспекті фінансову стратегію часто розглядають у взаємозв’язку із інвестиційною стратегією.

Сукупність різних видів стратегій являє собою «стратегічний набір» підприємства. Місце фінансової стратегії у стратегічному наборі підприємства ілюструє рис. 3.1 [12, с.221].

Характеризуючи другий підхід до трактування сутності фінансової стратегії підприємства, слід відзначити, що в якості складової загальної концепції розвитку підприємства фінансова стратегія є ключовою, і забезпечує (через використання фінансових інструментів, методів фінансового менеджменту тощо) реалізацію будь-якої іншої базової стратегії.

Маркетингова

Корпоративна стратегія

Функціональні стратегії

Виробнича

Фінансова

Інші

Операційні стратегії

Рис. 3.1. Місце фінансової стратегії у стратегічному наборі підприємства

Ключова роль пояснюється координуючою роллю фінансів в системі управління підприємством, а також особливим значенням фінансових ресурсів серед інших видів ресурсів. Фінансові ресурси мають першочергове значення, оскільки це єдиний вид ресурсів підприємства, який трансформується безпосередньо і з мінімальним часовим лагом у будь-який інший вид ресурсів. Метою фінансової стратегії в цьому аспекті є ефективне використання фінансових ресурсів і управління ними. Фінансова стратегія як частина загальної концепції розвитку підприємства має наступні характеристики:

− забезпечує охоплення усіх основних напрямків розвитку фінансової

діяльності і фінансових відносин підприємства;

− формує специфічні фінансові цілі довгострокового розвитку підприємства;

− забезпечує вибір найбільш ефективних напрямків досягнення фінансових цілей підприємства;

− враховує та адекватно реагує на зміни зовнішніх умов фінансової діяльності підприємства;

− забезпечує адаптацію до змін умов зовнішнього середовища шляхом

коректування напрямків формування і використання фінансових ресурсів підприємства [2].

При формуванні фінансової стратегії аналізується вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства на фінансову складову його діяльності. Економічна сутність фінансової стратегії обумовлена фінансовими відносинами підприємства з економічними суб’єктами і державними органами, взаємодією з ними в процесі реалізації ділових відносин в області фінансів. В практичному аспекті мова йде про розробку базової фінансової концепції, пов’язаної з ефективним управлінням грошовим оборотом підприємства, формуванням грошових коштів у певних пропорціях, розробкою дивідендної та податкової політики, оптимізацією майнового потенціалу, використанням фінансових ресурсів за цільовим призначенням.

У відповідності до обсягу задач, які вирішуються у сфері фінансів виділяють наступні види фінансової стратегії:

− генеральна фінансова стратегія;

− оперативна фінансова стратегія;

− стратегія виконання окремих стратегічних задач.

Генеральною фінансовою стратегією називають фінансову стратегію, яка визначає діяльність підприємства. Наприклад, взаємовідносини з бюджетами усіх рівнів, формування та використання доходу підприємства, потреба у фінансових ресурсах та джерела їх формування на рік.

Що стосується оперативної фінансової стратегії, то вона полягає в поточному управлінні і маневруванні фінансовими ресурсами, тобто це стратегія контролю за витрачанням коштів і мобілізацією внутрішніх резервів, що особливо актуально в сучасних умовах економічної нестабільності. Оперативна фінансова стратегія розробляється в рамках генеральної фінансової стратегії, деталізує її на конкретний проміжку часу –квартал, місяць. Зміст стратегії досягнення окремих задач полягає в умілому виконанні фінансових операцій, направлених на забезпечення реалізації головної стратегічної мети [4, с.223]. До основних етапів процесу формування фінансової стратегії підприємства відносять:

1) Визначення загального періоду формування фінансової стратегії.

Цей період залежить від ряду умов. Головною умовою його визначення є довгота періоду, який прийнятий для формування загальної стратегії розвитку підприємства – так як фінансова стратегія носить по відношенню до неї підлеглий характер, вона не може виходити за межу цього періоду.

Важливим елементом визначення періоду формування фінансової стратегії підприємства є передбачення розвитку економіки в цілому та кон’юнктури тих сегментів фінансового ринку, з якими пов’язана майбутня фінансова діяльність підприємства, в умовах нинішнього нестабільного розвитку економіки країни цей період не може бути більше трьох років.

2) Дослідження факторів зовнішнього фінансового середовища та кон’юнктури фінансового ринку.

Для такого дослідження необхідно вивчити економіко-правові умови фінансової діяльності підприємства і можливі їх зміни в наступному періоді. Крім того, на цьому етапі розробки фінансової стратегії аналізуються кон’юнктура фінансового ринку та фактори, які її визначають, а також розробляється прогноз кон’юнктури в розрізі окремих сегментів цього ринку, пов’язаних з наступною фінансовою діяльністю підприємства.

3) Формування стратегічних цілей фінансової діяльності.

Головною метою цієї діяльності є підвищення рівня добробуту підприємства і максимізація його ринкової вартості. Разом з цим ця головна мета потребує конкретизації з урахуванням задач і особливостей наступного фінансового розвитку підприємства.

Система стратегічних цілей повинна забезпечувати формування достатнього обсягу власних фінансових ресурсів і високорентабельне використання власного капіталу; оптимізацію структури активів і капіталу, що використовується; прийнятного рівня фінансових ризиків в процесі здійснення наступної господарської діяльності та ін. Систему стратегічних цілей фінансового розвитку слід формулювати чітко і коротко, відображаючи кожну мету в конкретних показниках – цільових стратегічних нормативах. В якості таких цільових стратегічних нормативів по окремих аспектах фінансової діяльності підприємства можуть бути встановлені:

* середньорічний темп зростання власних фінансових ресурсів, які сформовані із власних джерел;
* мінімальна частка власного капіталу в загальному обсязі використаного капіталу підприємства;
* коефіцієнт рентабельності власного капіталу підприємства;
* співвідношення оборотних і необоротних активів підприємства;
* мінімальний рівень грошових активів, який забезпечує поточну платоспроможність підприємства;
* мінімальний рівень самофінансування інвестицій;
* граничний рівень фінансових ризиків в розрізі основних напрямів господарської діяльності підприємства.

4) Конкретизація цільових показників фінансової стратегії за періодами її реалізації.

В процесі цієї конкретизації забезпечується динамічність представлення системи цільових стратегічних нормативів фінансової діяльності, а також їх зовнішня і внутрішня синхронізація за часом.

Актуальність розробки фінансової стратегії підприємства визначається рядом умов. Найважливішою з таких умов є інтенсивність зміни факторів зовнішнього фінансового середовища. Висока динаміка основних макроекономічних показників, пов’язаних з фінансовою діяльністю підприємств, темпи технологічного прогресу, часті коливання кон’юнктури товарного та фінансового ринків, непостійність державної економічної політики і форм регулювання фінансової діяльності не дозволяє ефективно управляти фінансами підприємств на основі лише раніше накопиченого досвіду і традиційних методів фінансового менеджменту. У цих умовах відсутність розробленої фінансової стратегії, адаптованої до можливих змін факторів зовнішнього середовища, може привести до того, що фінансові рішення будуть викликати протиріччя і зниження ефективності діяльності підприємства. Другою умовою, яка визначає актуальність розробки фінансової стратегії підприємства, є рух підприємства по стадіях його життєвого циклу. Відповідно до теорії життєвого циклу кожне підприємство розвивається по певному циклу, проходячи при цьому декілька стадій. На кожній стадії розвитку підприємство має певні параметри, які характеризують умови його функціонування: поточний стан та перспективи. Тому кожній зі стадій властиві характерні їй рівень інвестиційної активності, напрями та форми фінансової діяльності, особливості формування і розподілу фінансових ресурсів. Розроблена фінансова стратегія дозволяє завчасно адаптувати діяльність підприємства до наступних кардинальних змін можливостей його економічного розвитку. Крім того, важливою умовою, що визначає актуальність розробки фінансової стратегії, є кардинальна зміна напрямків виробничої діяльності підприємства, пов’язане з новими комерційними можливостями. Реалізація таких цілей потребує зміни виробничого асортименту, запровадження нових технологій, освоєння нових ринків збуту продукції тощо. У цих умовах суттєве зростання інвестиційної активності підприємства і диверсифікація форм його фінансової діяльності повинні бути прогнозовані, що забезпечується розробкою чітко сформульованої фінансової стратегії.

Отже, розробка фінансової стратегії відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного розвитку підприємства. Ця роль полягає у наступному [5]:

а) забезпечення механізму реалізації довгострокових загальних і фінансових цілей розвитку підприємства в цілому та окремих його структурних одиниць;

б) дозволяє реально оцінити фінансові можливості підприємства, забезпечити максимальне використання його внутрішнього фінансового потенціалу та можливість активного маневрування фінансовими ресурсами;

в) забезпечення можливості швидкої реалізації нових перспективних інвестиційних можливостей;

г) можливість зниження негативного впливу факторів зовнішнього середовища на результати діяльності підприємства;

д) виявлення переваг та недоліків підприємства у фінансовій діяльності порівняно з конкурентами;

е) наявність фінансової стратегії забезпечує чіткий взаємозв’язок стратегічного, поточного та оперативного управління фінансовою діяльністю підприємства;

ж) в системі фінансової стратегії формуються значення основних критерій оцінок вибору важливих фінансових управлінських рішень.

Таким чином, фінансова стратегія є однією з функціональних складових загальної стратегії розвитку підприємства. У той же час, їй відводиться ключова роль при формуванні загальної концепції розвитку підприємства. Розрізняють декілька видів фінансової стратегії: генеральну, оперативну і стратегію виконання окремих задач. Реалізація даних стратегій дозволяє ефективно планувати та використовувати фінансові ресурси підприємства. Загалом на сьогоднішній день питання розробки фінансової стратегії є актуальним для більшості підприємств, що пов’язано із поглибленням ринкових реформ, розвитком інтеграційних процесів і зростанням мінливості чинників зовнішнього фінансового середовища.

## 3.2. Рекомендації щодо оптимізації структури реалізованої продукції

Аналіз фінансового стану ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» показав, що підприємство в 2015 р. збільшило обсяги реалізації продукції, покращив фінансові результати свої господарської діяльності. Показники підприємства свідчать про те, що воно знаходиться на шляху реалізації стратегії поступового розвитку, яка характерна для більшості промислових підприємств. Такий тип стратегії передбачає спрямування суб'єкта господарювання на поступове нарощення обсягів діяльності, зростання прибутковості та покращення його основних фінансових і виробничо-економічних показників й характеристик, забезпечення стабільного фінансового стану.

В умовах ринку обсяги виробництва визначаються можливостями реалізації продукції. Підприємство має виробляти тільки ті товари і в такому обсязі, які воно може реально й прибутково реалізувати. Тому реалізація готової продукції − це ланка зв'язку між виробником і споживачем. Від того, як продається продукція, який попит на неї на ринку, залежить і обсяг її виробництва.

Саме тому керівництву підприємства в першу чергу слід вирішувати задачі пов’язані з розширенням ринків збуту, підвищенням інтенсивності продажу.

Коло завдань, які потребують вирішення окреслюються на основі результатів дослідження діяльності ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»:

1. Впровадити в практику аналізу ринку збуту реалізації продукції стратегічні методи аналізу, що передбачає розподіл усіх видів продукції на чотири групи: «зірки», «дійні корови», «важкі діти», «мертвий вантаж».

«Зірки» ˗ види продукції, які приносять основний прибуток організації і сприяють економічному зростанню;

«Дійні корови» ˗ ці товари переживають період зрілості, в незначній мірі сприяють економічному зростанню, не потребують інвестицій, приносять прибуток, який використовується на фінансування «Важких дітей».

«Важкі діти» ˗ це, як правило, нові види продукції, що потребують реклами для просування на ринок, не приносять поки прибутку, але в майбутньому можуть стати «Зірками»;

«Мертвий вантаж» або «невдахи» ˗ нежиттєздатні види продукції, які не сприяють економічному зростанню, не приносять прибутку.

Таке групування продукції дозволить вибирати правильно стратегію, спрямовану на фінансування «Важких дітей», які найближчим часом можуть стати «Зірками», в підтримці достатньої кількості «Зірок»,які покликані забезпечити довге життя організації, і «Дійних корів», що сприяють фінансуванню «Важких дітей».

При цьому потрібно враховувати ще, на якій стадії життєвого циклу знаходиться кожен товар на окремих сегментах ринку:

* нульова стадія ~ вивчення та апробація ідеї розроблення нового товару, а потім і самого товару;
* перша стадія (випуск товару на ринок і впровадження) - з'ясування, чи буде товар мати успіх на ринку. Прибуток на цій стадії невисокий, тому що значні кошти витрачаються на рекламу;
* друга стадія (ріст і розвиток продажів) - товар починає приносити прибуток, він швидко покриває всі витрати і стає джерелом прибутку, хоча вимагає ще більших витрат на рекламну підтримку його просування на ринку;
* третя стадія (зрілість) - товар має стабільний ринок, користується попитом і приносить регулярний дохід, тобто знаходиться в самому прибутковому періоді, тому що не вимагає витрат для просування на ринок, а тільки на рекламну підтримку його «популярності»;
* четверта стадія (насичення і спад) - з самого початку не помітне, а потім різке скорочення обсягу продажів по передбачуваним і непередбачуваним причинам. Здатність вчасно вловити і передбачити спад попиту на товар шляхом його вдосконалення або заміни іншим, вимагає певної майстерності.

Результати аналізу повинні допомогти керівництву підприємства розробити асортимент товарів відповідно до його стратегії і вимог ринкової кон'юнктури.

У процесі аналізу необхідно також виявляти реальних і потенційних конкурентів, проводити аналіз показників їх діяльності, визначати сильні і слабкі сторони їх бізнесу, фінансові можливості, цілі та стратегію конкурентів в області експансії на ринку, технології виробництва, якості продукції та цінової політики. Це дозволить передбачати образ їхньої поведінки і вибирати найприйнятніші способи конкурентної боротьби.

Основні виробники пластмасових виробів у місті Сєвєродонецьк –   
ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»», ТОВ «АКВАРС» та ТОВ «Сєвєродонецький завод теплоізоляційних виробів».

2. Оптимізувати структуру товарної та реалізованої продукції з метою збільшення питомої ваги високорентабельної продукції у загальному обсязі. Це сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємства без додаткових капіталовкладень.

Кожен раз при складанні бюджету продажу у більшості компаній виникає питання, яким повинен бути асортимент реалізованої продукції. Відповідь на нього, як правило, шукають за історичним принципом: в бюджет попереднього періоду вносяться поправки відповідно до прогнозів майбутніх продажів та з урахуванням замовлень, які вже надійшли. Таким чином враховується попит, що склався на ринку, а також виявлені тенденції. Однак в цьому випадку висока ймовірність появи так званих «історичних помилок», які будуть переходити з одного планового періоду в інший.

Причини появи «історичних помилок» можуть бути самими різними, наприклад:

˗ надмірний консерватизм управлінців, які не бажають змінювати наявний стан;

˗ інерційний підхід збутовиків до продажу. Часто збутовики роблять упор на ходові товарні позиції, знайомі клієнтам. При цьому вони можуть не враховувати нові продукти з хорошим ринковим потенціалом і більш прибуткові для компанії. Але для активізації продажів цих продуктів потрібні зусилля більші, ніж для підтримки сформованого асортименту;

˗ невірна оцінка ринкового потенціалу того чи іншого продукту;

˗ помилки при ціноутворенні;

˗ неправильна реалізація стратегії просування на ринок;

˗ методологічні прорахунки плановиків (наприклад, в розрахунок приймається тільки поточна рентабельність продукції без урахування інших показників).

Щоб уникнути подібних помилок необхідно проводити постійну роботу по оптимізації структури реалізованої продукції.

3. Піддержувати високий рівень якості продукції шляхом своєчасного оновлення обладнання та технології. На цей час підприємство має високотехнологічне обладнання, що дозволяє виробляти продукцію високої якості. На ньому освоєні майже всі відомі способи отримання склопластиків.

Водночас у зовнішньому середовищі підприємства весь час відбуваються зміни, розробляють нові продукти конкуренти, розвиваються галузі- споживачі продукції підприємства і ставлять нові вимоги до асортименту і якості продукції.

4. Оптимізувати структуру реалізації продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках. ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» реалізує свою продукцію в Україні, СНД, а також в країнах Європейського Союзу та Близького Сходу.

При реалізації продукції одночасно і на внутрішньому, і на зовнішньому ринках перед підприємством виникає завдання визначення оптимальних пропорцій в розподілі товару між різними географічними сегментами. Вироблення оптимального рішення в даному випадку уможливлюється шляхом вивчення всіх видів витрат підприємства при виробництві та реалізації продукції, характеру їх зміни під впливом різних факторів (обсягу виробництва, цін на сировину і матеріали, що комплектують вироби, транспортних витрат і т. д.) І використання елементів математичного моделювання із застосуванням засобів ЕОМ.

В основу розрахунку оптимальних обсягів виробництва може бути покладена добре відома концепція граничних витрат. Застосування методу зіставлення граничних величин дозволяє визначити витрати, контрольовані підприємством, тобто ті витрати, які йому доведеться понести у разі виробництва кожної додаткової одиниці продукції, і які можуть бути заощаджені при необхідності. Йдеться про граничні витрати. Показники середніх витрат не дають такої інформації. Визначення граничного доходу і порівняння його значення з величиною граничних витрат дає можливість встановити рівень обсягу виробництва, реалізація якого дозволить підприємству максимізувати прибуток, або мінімізувати збитки.

Завдання з підвищення темпу зростання обсягу реалізації готової продукції є вкрай важливим для підприємства, оскільки цей показник безпосередньо впливає на величину витрат, прибуток та рентабельність підприємства.

Оптимізація структури продукції, що випускається ˗ перебудова асортименту продукції, що випускається з тим, щоб найбільшу питому вагу займали види продукції, що приносять підприємству найбільший прибуток.

Процес оптимізації структури асортименту слід починати з визначення цілей компанії.

Такими цілями в короткостроковому періоді можуть бути необхідність введення нових позицій або, навпаки, скорочення асортименту, коригування обсягів виробництва і цін.

З метою максимізації поточних прибутків можна зробити ставку на найбільш прибуткові товарні позиції, але при цьому втратити можливість закріпитися на привабливому ринку, що негативно позначиться на майбутньому фінансовому стані компанії. У той же час, щоб «дожити» до майбутніх прибутків, необхідно заробляти вже сьогодні. Тому оптимізація асортименту являє собою прийняття компромісного рішення, яке найбільш повно враховує фінансові очікування, виробничі і логістичні можливості і обмеження, а також сформовану на ринку ситуацію.

Оптимальна структура асортименту повинна забезпечувати максимальну рентабельність і достатню стабільність компанії в цілому. Крім того, найменувань продукції не повинно бути занадто багато.

Проведені емпіричні дослідження свідчать про те, що для більшості підприємств основний резерв оптимізації закладений в скороченні асортиментного ряду. Надто великий асортимент негативно позначається на економічних показниках: з'являється багато позицій, які за обсягами продажів не можуть вийти навіть на рівень беззбитковості. Крім цього великий асортимент змушує розпорошувати сили компанії, ускладнює грамотну пропозицію товару клієнту. В результаті 5-10% найменувань товарів «годують» весь асортимент. Виняток з асортименту нерентабельних і малорентабельних товарів дозволить компаніям збільшити загальну рентабельність на 30-50% [26].

У загальному вигляді роботу щодо оптимізації структури асортименту підприємства ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» рекомендується організувати за алгоритмом дій показаних на рис. 3.2.

Рис. 3.2. Блок-схема процесу оптимізації структури асортименту на   
ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»

Визначення цілей компанії

Аналіз динаміки ринку і структури попиту

Фінансовий аналіз розроблених пропозицій

Затвердження остаточного варіанту структури асортименту

В процесі оптимізації асортименту можна виділити три основні етапи.

1 етап. Аналіз динаміки ринку і структури попиту. Підрозділ, відповідальний за управління асортиментом (як правило, це маркетингова служба), з встановленою періодичністю ініціює процес оптимізації.

Маркетинговий підрозділ аналізує динаміку продажів за товарними групами (окремими товарами), оцінює перспективи зміни попиту і конкуренції в сегментах, на яких представлена ​​або куди збирається виходити компанія зі своєю продукцією (послугами). На підставі отриманої інформації фахівці з маркетингу готують варіанти рішень щодо зміни структури асортименту, спрямовані на підвищення задоволеності споживачів, зміцнення конкурентної позиції компанії і збільшення частки ринку.

2 етап. Фінансовий аналіз розроблених пропозицій. Планово-економічна служба аналізує фінансові показники по товарних групах або окремих товарах і виносить свої висновки про зміну структури асортименту.

3 етап. Затвердження остаточного варіанту структури асортименту. Робоча група, до якої входять фахівці маркетингового, економічного та інших підрозділів (виробництво, закупівлі, логістика), розробляє і погоджує остаточний варіант рішення по оптимізації асортименту продукції компанії.

При оптимізації структури асортименту необхідно враховувати безліч чинників. Потрібно знайти рішення, яке буде найкращим з точки зору збільшення прибутку, доступності ресурсів, зростання продажів і завоювання нових ринків. Наприклад, плани маркетологів по збільшенню продажів перспективного, на їхню думку, товару можуть бути піддані критиці фінансовою службою, за розрахунками якої це не призведе до адекватного поліпшення економічних показників, але значно підвищить потребу в оборотних коштах. Або технолог зробить висновок про те, що значне зростання обсягів виробництва такого товару на наявному обладнанні може серйозно знизити його якість. Подібні протиріччя можна вирішити кількома способами. Найбільш поширений з них - метод експертних оцінок. Формування оптимальної структури асортименту в рамках цього методу зводиться до визначення набору показників, які експерти оцінюють за десятибальною шкалою. Як правило, в якості напрямків аналізу вибираються перспективність, економічна привабливість товарної позиції, доступність ресурсів. Рішення про склад показників для кожного напрямку приймає відповідний підрозділ. Наприклад, показники перспективності товару визначає маркетинговий відділ, показники економічної ефективності - фінансова служба підприємства. Для кожного показника в залежності від пріоритетів компанії встановлюється його вагомість. Якщо підприємство перебуває в складному фінансовому становищі, то більшу вагу буде присвоєно фінансовими показниками; якщо ж основна увага компанія приділяє стратегічним цілям - більшу вагу присвоюється показниками перспективності. Показники економічної привабливості товарної позиції наведені у табл.3.1.

Таблиця 3.1

Показники економічної привабливості товарної позиції

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показник | Розрахунок значення | Економічний сенс | |
| Коефіцієнт вкладу на покриття (КВП) |  | Вклад кожного найменування продукції на покриття постійних витрат підприємства. Якщо рентабельність товарної позиції низька, а КВП високий, то слід збільшити обсяг продажу | |
| Операційний важель (ОР) |  | Характеризує величину зростання прибутку при зміні виручки на 1% | |
| Показник | Розрахунок значення | | Економічний сенс |
| Точка беззбитковості (ТБ) | ТБ= | | Характеризує обсяг продажу, при якому виручка від продажу рівна витратам на виробництво |
| Запас фінансової міцності (ФМ) |  | | Показує величину скорочення обсягу продажу до досягнення точки беззбитковості |

Результати оптимізації структури реалізованої продукції   
ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»» за даними 2015 року приведені в табл.3.2.

За одержаними результатами оптимізації структури реалізованої продукції найбільша питома вага полотна ˗ 31,16%, саме цей вид продукції найбільш рентабельний. Відповідно прес матеріали ˗ 24,66%; профілі, труби, плити˗ 23,97%; пластик деталі з’єднувальні ˗ 20,21%.

На завершення слід зазначити, що ефективність оптимізації асортименту залежить від того, наскільки регулярно вона проводиться. Як показує досвід вітчизняних підприємств, структура асортименту повинна переглядатися приблизно раз на півроку (ця цифра може варіюватися в залежності від галузі та динаміки ринку), а при зміні маркетингової політики - негайно. При цьому занадто частий перегляд структури асортименту також небажаний - для оцінки прибутковості нового асортименту потрібен час.

Таблиця 3.2

Результати оптимізації структури реалізованої продукції ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | Вагомість, у % | Прес-матеріали | Пластик деталі з’єднувальні | Профілі, труби, плити | Полотно |
| **Відділ маркетингу** |  |  |  |  |  |
| перспективність | 35 | 8 | 7 | 10 | 9 |
| **Відділ збуту** |  |  |  |  |  |
| Темп зростання продажу | 10,0 | 7 | 8 | 5 | 10 |
| **Фінансовий відділ** |  |  |  |  |  |
| КВП | 35 | 6 | 3 | 4 | 10 |
| **Відділ забезпечення** |  |  |  |  |  |
| Доступність ресурсів | 20 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| **Підсумок балів з урахуванням вагомості** |  | 7,2 | 5,9 | 7 | 9,1 |
| **Питома вага товарної позиції в загальній сумі балів, %** |  | 24,66 | 20,21 | 23,97 | 31,16 |

Крім того, необхідна наявність жорсткого регламенту перегляду асортименту. Він повинен містити такі основні положення:

* періодичність проведення оптимізації структури асортименту;
* склад підрозділу, відповідального за проведення оптимізації структури асортименту;
* опис застосовуваної методики;
* перелік відповідальних осіб і т. д.

## 3.3 Оцінка впливу розроблених рекомендації на фінансових стан підприємства

Оптимізація структури асортименту реалізованої продукції вимагає відмову від виробництва та реалізації нерентабельної продукції та продукції з низьким рівнем рентабельності. Це дозволить перерозподілити вивільнені ресурси на збільшення виробництва більш рентабельних видів. З іншого боку, ця відмова вимагатиме також перерозподілу й умовно-постійних витрат, що покривалися за рахунок цих продуктів. В наслідок цьогособівартість, а отже й рентабельність виробництва за продуктами, що залишилися в асортименті, зміниться (табл. 3.4).

З отриманих в табл. 3.4 результатів видно, що найбільш рентабельними є саме ті види продукції, які залишилися в асортименті в результаті проведеної оптимізації: прес-матеріали, пластик деталі з’єднувальні, профілі, труби, плити, полотно. Найбільш рентабельною в 2015 р. була реалізація полотна – кожна витрачена гривня приносила 24,96 %. Тому в структурі реалізації за проектом саме цей продукт має найбільшу питому вагу. Досліджуваному підприємству треба відмовитися від випуску смоли, лаків, тари ящики та сітки скловолокнистої.

Детальніше вивчення структури витрат на виробництво та реалізацію кожного з видів продукції дозволило визначити рівень собівартості одиниці продукції за проектом. За трьома з чотирьох продуктів собівартість одиниці продукції знизиться за рахунок зростання натурального обсягу виробництва, а от заплановане скорочення обсягу пластик деталей з’єднувальних матиме негативний вплив на собівартість цього виду продукції – вона зросте майже на 300 грн. на комплект за рахунок збільшення питомих умовно-постійних витрат.

Таким чином, слід очікувати позитивних змін у рівні рентабельності витрат як кожного виду продукції, так й загального обсягу.

Зазначене в табл. 3.4 зростання реалізації за певними видами продукції можливе за рахунок наявних потужностей виробництва (табл. 3.5).

Слід звернути увагу на три моменти:

- за тими продуктами, які вибувають з асортименту, відзначений вкрай

низький рівень використання потужності виробництва, що є додатковим свідченням витратності їх виробництва та реалізації;

- в 2015 р. потужності з виробництв пластик деталей з’єднувальних використовувалась на 105,48 %, тобто було порушено графік планово-попереджувальних ремонтів (скорочення тривалості або кількості планових зупинок на поточний та капітальний ремонти). Це викликає занепокоєння через високий рівень зносу обладнання на досліджуваному підприємстві;

- зростання виробництва за вже зазначеними видами продукції цілком можливе через наявність резервів потужності.

Для додаткового обґрунтування ефективності запропонованої оптимізації структури реалізації продукції слід визначити вплив факторів на зміну вартісного обсягу реалізації продукції, який можна розрахувати з допомогою метода ланцюгових підстановок.

Вихідна інформація для проведення розрахунків наведена в табл. 3.4-3.6:

Таблиця 3.4

Оцінка рентабельності виробництва та реалізації продукції

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид продукції | Натуральний обсяг реалізації продукції, нат. од. вим. | | Ціна за одиницю продукції, грн. | Собівартість одиниці продукції, грн. | | Рентабельність витрат, % | |
| 2015 р. | проект | 2015 р. | проект | 2015 р. | проект |
| Прес-матеріали, (кг) | 264480 | 417744 | 443,06 | 372,19 | 348,46 | 19,04 | 27,15 |
| Смоли. Лаки, (кг) | 10,00 | 0 | 214,88 | 215 | - | -0,06 | - |
| Тара ящики, (шт.) | 1501 | 0 | 190,88 | 187,13 | - | 2,00 | - |
| Пластик деталі з’єднувальні, (кмп) | 73836 | 42045 | 3607,71 | 3117,85 | 3419,61 | 15,71 | 5,50 |
| Профілі, труби, плити, (м.п.) | 1481567,34 | 2258151,3 | 79,67 | 68,62 | 62,76 | 16,11 | 26,94 |
| Полотно, (м.кв) | 20470623 | 26728169,4 | 8,75 | 7,00 | 6,78 | 24,96 | 29,06 |
| Сітки скловолокнисті, (м.кв) | 894650 | 0 | 39,47 | 39,02 | - | 1,15 | - |

Таблиця 3.5

Використання потужностей виробництва за діючих та за проектованих умов

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид продукції | Виробнича потужність, нат. од. вим. | Обсяг реалізованої (виробленої) продукції, нат. од. вим. | | Використання виробничої потужності, % | | Витрати праці на виробництво одиниці продукції, чол.-год. | Загальні витрати праці на річний обсяг, чол.-год. | |
| 2015 р. | проект | 2015 р. | проект |  | 2015 р. | проект |
| Прес-матеріали, (кг) | 475000 | 264480 | 417744 | 55,68 | 87,95 | 0,85 | 224808 | 355082,50 |
| Смоли. Лаки, (кг) | 150 | 10,00 | 0 | 6,67 | 0,00 | 2,6 | 26 | 0 |
| Тара ящики, (шт.) | 5000 | 1501 | 0 | 30,02 | 0,00 | 1,45 | 2176,45 | 0 |
| Пластик деталі з’єднувальні, (кмп) | 70000 | 73836 | 42045 | 105,48 | 60,06 | 3,3 | 243658,8 | 138748,55 |
| Профілі, труби, плити, (м.п.) | 2500000 | 1481567,34 | 2258151,3 | 59,26 | 90,33 | 0,18 | 266682,12 | 406467,23 |
| Полотно, (м.кв) | 32000000 | 20470623 | 26728169,4 | 63,97 | 83,53 | 0,12 | 2456474,76 | 3207380,33 |
| Сітки скловолокнисті, (м.кв) | 20000000 | 894650 | 0 | 4,47 | 0,00 | 0,94 | 840971 | 0 |
| Разом | - | - | - | - | - | - | 4034797,13 | 4107678,62 |

Таблиця 3.6

Оцінка ефекту відвпровадження результатів оптимізації асортименту реалізованої продукції

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид продукції | Вартість реалізованої продукції, тис. грн | | Структура реалізованої продукції, % | | Собівартість реалізованої продукції, тис. грн | | Прибуток від реалізації продукції, тис. грн | | | |
| 2015 р. | проект | 2015 р. | проект | 2015 р. | проект | 2015 р. | проект | відхилення | |
| ± | % |
| Прес-матеріали, (кг) | 117181,04 | 185085,71 | 16,36 | 24,66 | 98436,81 | 145568,75 | 18744,23 | 39516,97 | 20772,74 | 110,82 |
| Смоли. Лаки, (кг) | 2,1488 | 0,00 | 0,0003 |  | 2,15 | 0 | -0,0012 | 0 | 0,0012 | -100 |
| Тара ящики, (шт.) | 286,51 | 0,00 | 0,04 |  | 280,88 | 0 | 5,62 | 0 | -5,62 | -100 |
| Пластик деталі з’єднувальні, (кмп) | 266379,14 | 151686,22 | 37,19 | 20,21 | 230209,57 | 143777,35 | 36169,57 | 7908,87 | -28260,69 | -78,13 |
| Профілі, труби, плити, (м.п.) | 118040,55 | 179906,91 | 16,48 | 23,97 | 101665,15 | 141727,97 | 16375,40 | 38178,95 | 21803,55 | 133,15 |
| Полотно, (м.кв) | 179066,38 | 233871,48 | 25 | 31,16 | 143294,36 | 181218,41 | 35772,01 | 52653,07 | 16881,06 | 47,19 |
| Сітки скловолокнисті, (м.кв) | 35309,74 | 0,00 | 4,9297 |  | 34909,24 | 0 | 400,50 | 0 | -400,50 | -100 |
| Разом | 716265,50 | 750550,33 | 100 | 100 | 608798,17 | 612292,47 | 107467,33 | 138257,86 | 30790,53 | 28,65 |

= 716265,5 тис. грн.,

тобто вартісний обсяг реалізації в 2015 р.

; ,

де  - обсяг реалізації і-того виду продукції в натуральному вираженні відповідно фактично та за проектом;

 - ціна і-того виду продукції;

 - коефіцієнт виконання плану виробництва (реалізації) продукції;

 - види продукції.

Коефіцієнт виконання плану, який використовується в цій моделі, для умов досліджуваного підприємства (різнорідна продукція) може бути визначений через використання трудомісткості продукції (табл. 3.5) й загальних витрат праці на річний обсяг:

,

тобто за проектом натуральний обсяг продукції в цілому зросте на 1,81 %.

 тис. грн.

Передбачається, що ціна продукції буде сталою, отже, наступні два показники мають біти однаковими.

= 750550,33 тис. грн.

= 750550,33 тис. грн.

1. Вплив зміни обсягу реалізації (випуску) продукції в натуральному вираженні

 = 729229,91-716265,5 = 12964,41 тис. грн.

2. Вплив зміни структури реалізації (випуску) продукції

 = 750550,33 – 729229,91 = 21320,42 тис. грн.

3. Вплив зміни цін

 = 750550,33 – 750550,3 = 0.

Загальна зміна обсягу продукції становить

 = 750550,33 – 716265,5 = 34287,83 тис. грн.

Наприкінці факторного аналізу обов’язково треба провести перевірку, так званий баланс факторів

 = 12964,41 + 21320,42 + 0 = 34287,83 тис. грн.

З отриманих результатів видно, що проектоване зростання натурального обсягу виробництва продукції на 1,81 % призведе до збільшення вартості реалізованої продукції на 12964,41 тис. грн. Зміна структури реалізації в бік найбільш рентабельних видів продукції дозволить додатково отримати 21320,42 тис. грн. Загалом вартість реалізованої продукції за проектом на 34287,83 тис. грн. більша за рівень 2015 р.

Відмова від виробництва та реалізації смоли, лаків, тари ящиків та сіток скловолокнистих призведе до скорочення прибутку на 406,12 тис. грн., а скорочення реалізації пластик деталей з’єднувальних – на 28260,69 тис. грн.(табл. 3.6). Однак нарощування обсягу реалізації прес-матеріалів, профілів, труб, плит та полотна дасть додатковий прибуток в сумі 59457,35 тис. грн. Загалом ефект від впровадження результатів оптимізації асортименту реалізованої продукції свідчить про зростання загальної суми прибутку від реалізації продукції на 30790,53 тис. грн. або 28,65 %.

За рахунок оптимізації структури реалізації продукції покращаться показники рентабельності підприємства (табл. 3.7).

Зростання валового прибутку призведе до підвищення рентабельності реалізації та витрат на виробництво продукції. З огляду на те, що запропонований захід з оптимізації структури реалізації продукції не потребуватиме додаткових капітальних вкладень, а також перерозподіл

Таблиця 3.7

Показники рентабельності ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показник | 2015р. | Проект |
| Вихідні дані | | |
| Середньорічна вартість активів | 348863,05 | 348863,05 |
| Валовий прибуток | 107467,8 | 138257,86 |
| Чистий доход | 716265,5 | 750550,33 |
| Собівартість реалізованої продукції, робіт, послуг | 608797,7 | 612292,47 |
| Адміністративні витрати | 10257,2 | 10257,2 |
| Витрати на збут | 7380,3 | 7380,3 |
| Інші операційні витрати | 164411,5 | 164411,5 |
| Прибуток від операційної діяльності | 4969,1 | 35759,16 |
| Показники рентабельності | | |
| Рентабельність реалізації |  |  |
| Рентабельність витрат на виробництво продукції |  |  |
| Рентабельність основної діяльності |  |  |
| Рентабельність операційної діяльності |  |  |

ресурсів з одночасним грамотним управлянням запасами та дебіторської заборгованістю не викличуть зростання оборотних активів, то середньорічну вартість активів можна умовно залишити на рівні 2015 р. Отже, зростання прибутку від основної діяльності сприятиме підвищенню рентабельність основної діяльності з 25,7% до 34,58%. Динаміка рентабельності операційної діяльності також має позитивне значення (за умови збереження інших операційних доходів та витрат на рівні 2015 р.) й за проектом становитиме 4,5%.

За умови грамотної податкової політики підприємства можна буде очікувати отримання чистого прибутку за проектом, а отже й скорочення непокритих збитків й від’ємного значення власного капіталу підприємства.

# Висновки до третього розділу

У результаті дослідження діяльності підприємства було встановлено, що зміцнення його фінансового стану можливо при умові подальшого нарощування обсягів реалізації продукції.

Було запропоновано оптимізувати структуру реалізованої продукції, що дозволить покращити результати діяльності ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик», це підтвердили виконані розрахунки.

Зростання виробництва та реалізації найбільш рентабельних видів продукції можливе без додаткових капітальних вкладень, а лише за рахунок завантаження наявних резервів виробничої потужності. Тому зумовить зростання необоротних активів підприємства.

Зростання обсягу випуску та реалізації продукції буде супроводжуватися збільшенням умовно-змінних та перерозподілом умовно-постійних витрат між продуктами, які запропоновано залишити. В результаті цього очікується підвищення рентабельності за трьома з чотирьох видів продукції.

Загальний ефект від впровадження розроблених рекомендацій визначається зростанням прибутку підприємства, що також призведе до покращення фінансових показників його діяльності.

# ВИСНОВКИ

Фінансовий стан підприємства – це характеристика його фінансової конкурентоспроможності, тобто кредитоспроможності, платоспроможності, виконання зобов'язань перед державою та іншими підприємствами. Фінансовий стан підприємства - це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів.

Вирішення актуальної для промислових підприємств проблеми стосовно покращення фінансового підприємства здійснювалось на матеріалах ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик».

ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» − є найбільшим виробником в Україні півтрузіоних склопластикових профілів широкої номенклатури діелектричного та конструкційного застосування; склополотна; малярного полотна; фенольних склонаповнених пресматеріалів; фенолформальдегідних смол для застосування у виробництві мінераловатних утеплювальних плит і вологостійкої фанери.

Впродовж трьох останніх років підприємство збільшувало обсяги виробництва та реалізації продукції у натуральному і вартісному вираженні. Слід зазначити, що темпи зростання товарної продукції у 2015р. в порівнянні з 2014р. перевищували темпи зростання собівартості товарної продукції, що дозволило підвищити ефективність діяльності підприємства. Значно покращилися й показники реалізації, в 2015 р. рентабельність витрат досягла 17,6%, рентабельність продажу 15%.

Аналіз фінансового стану «НВО «Сєвєродонецький Склопластик» свідчить про активізацію зусиль керівництва підприємствав напрямку розширення масштабів діяльності. Впродовж аналізованого періоду суттєво зростає обсяг реалізації продукції при зниженні рівня собівартості, що обумовлює підвищення у 2015р. рентабельності продажу та витрат, прибутковість основної діяльності. Однак при цьому відмічені недоліки в управлінні іншими операційними витратами в аналізованому періоді. У 2014р. збільшення їх рівня до 87,3% від чистого доходу від реалізації при отриманні валового прибутку призвів до збитковості операційної діяльності. У 2015р. отримання інших операційних витрат майже у 4 рази не призвело до перевищення відповідних витрат, однак дозволило отримати підприємству прибуток від операційної діяльності.

Збільшення доходу від реалізації супроводжувалося пом’якшенням кредитної політики для залучення нових покупців. При цьому період оборотності дебіторської заборгованості майже не змінився.

Динаміка вказаних активів з одночасним підвищенням ефективності управління запасами дозволило знизити тривалість операційного циклу зі 176,44 дня до 73,75 дня.

Значне зростання поточної заборгованості постачальникам за сировину, послуги у 2015р. обумовило від’ємне значення тривалості фінансового циклу (-37,53 дня), що свідчить про недостатній рівень ефективності управління поточними зобов’язаннями підприємства. Це також підтверджує зростання коефіцієнту покриття запасів до 8,83.

Збільшення рівня іншої поточної дебіторської заборгованості у 2015р. до 51,4% від загальної суми активів обумовило ліквідність та платоспроможність підприємства на кінець аналізованого періоду. Хоча рівень показників є граничним.

Нарощування суми довгострокових позикових зобов’язань впродовж аналізованого періоду (на 97,3% у 2014р., на 52,2% у 2015р.) обумовлює відповідне зростання фінансових витрат, що у 2014р. збільшує збитки, а у 2015р. перекриває операційний прибуток та призводить до збитковості звичайної діяльності.

У результаті аналізу діяльності підприємства було визначено резерв зміцнення фінансового стану підприємства. Це подальше нарощування обсягів реалізації продукції.

Запропонована оптимізація структури реалізованої продукції матиме позитивний вплив на результати діяльності ТОВ «НВО «Сєвєродонецький Склопластик», що підтверджують проведені розрахунки.

Збільшення випуску та реалізації найбільш рентабельних видів продукції можливе за рахунок наявних резервів виробничої потужності й не потребуватиме додаткових капітальних витрат, а отже й зростання необоротних активів підприємства.

Зростання обсягу випуску та реалізації продукції потребуватиме збільшення лише умовно-змінних та перерозподілу умовно-постійних витрат, що відносились на ті продукти, від яких слід відмовитись. В наслідок цього очікується підвищення рентабельності за трьома з чотирьох видів продукції, що запропоновано залишити в асортименті. Також перерозподіл структури виробництва та реалізації сприятиме додатковому приросту вартості реалізованої продукції на 21320,42 тис. грн.

В цілому, серед очікуваних змін відзначається зростання прибутку від реалізації продукції, тобто валового прибутку підприємства, на 30790,53 тис. грн. або 28,65% та, за зазначених умов, прибутку від основної та операційної діяльності. В наслідок цього покращуються показники рентабельності (реалізації, витрат, основної й операційної діяльності). А за умови грамотного податкового менеджменту на досліджуваному підприємстві стане можливим отримання чистого прибутку й скорочення непокритих збитків та від’ємного значення власного капіталу.