

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра менеджменту, маркетингу та економіки

Пояснювальна записка

до магістерської кваліфікаційної роботи
на тему:

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА
КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ (НА
ПРИКЛАДІ ДОЧІРНЬОГО ПІДПРИЄМСТВА «КОНДИТЕРСЬКА КОРПОРАЦІЯ
«РОШЕН»)

08-38.МКР.002.00.000 ПЗ

Виконав: студент 2 курсу, групи МЗД-19м
спеціальності 073 – «Менеджмент»
Єренієва О.Д. _____

Керівник: д.е.н., проф. каф. ММЕ
Вітюк А.В. _____
«10» грудня 2020 р.

Рецензент: к.е.н., доц. каф. ЕПВМ
Причєпа І.В.

«11» грудня 2020 р.

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра менеджменту, маркетингу та економіки

Спеціальність 073 – «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри ММЕ
д.е.н., професор Карачина Н.П.

«б» жовтня 2020 р.

ЗАВДАННЯ
НА МАГІСТЕРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ
Єренієвій Оксані Дмитрівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Управління фінансовим потенціалом підприємства кондитерської промисловості в умовах євроінтеграції (на прикладі дочірнього підприємства «Кондитерська корпорація «Рошен»)

керівник роботи Вітюк Анна Валеріївна, к.е.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ВНТУ від «25» вересня 2020 року №214.

2. Строк подання студентом роботи: 20 листопада 2020 р.

3. Вихідні дані до роботи: форма №1 «Баланс», форма №2 «Звіт про фінансові результати» ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за 2016-2018 рр. (додаток Б).

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): теоретико-методичні засади управління формуванням та використанням оборотного капіталу підприємства; аналізування стану управління формуванням та використанням оборотного капіталу підприємства виноробної промисловості ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН»; напрями удосконалення управління формуванням та використанням оборотного капіталу підприємства.

5. Перелік графічного матеріалу: економічна сутність категорії «оборотний капітал»; групи та елементи класифікації оборотного капіталу; теоретико-прикладні засади управління оборотним капіталом; напрями управління оборотним капіталом підприємства; площі та валові збори винограду в Україні; експорт/імпорт виноградних вин з України; пріоритетні напрями розвитку виноробної промисловості України; основні фінансово-економічні показники діяльності ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН»; показники фінансового стану підприємства ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН»; аналізування складу та структури оборотного капіталу.

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Спеціальна частина	Вітюк А.В., доцент кафедри ММЕ		

7. Дата видачі завдання «б» жовтня 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів магістерської кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Формування та затвердження теми магістерської кваліфікаційної роботи (МКР)	березень-квітень	
2	Виконання спеціальної частини МКР. Перший рубіжний контроль виконання МКР (1-й розділ МКР)	травень-червень	
3	Виконання спеціальної частини МКР. Другий рубіжний контроль виконання МКР (2-й розділ МКР)	вересень	
4	Виконання спеціальної частини МКР. Третій рубіжний контроль виконання МКР (3-й розділ МКР)	жовтень	
5	Нормоконтроль. Попередній захист МКР	листопад	
6	Рецензування МКР	листопад	
7	Захист МКР	грудень (за графіком)	

Студент

(підпис)

Єренієва О.Д.

Керівник роботи

(підпис)

Вітюк А.В.

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Теоретичні аспекти процесу управління фінансовим потенціалом підприємства в умовах євроінтеграції	7
1.1 Еволюція трактування поняття «потенціал» та його складових	7
1.2 Економічна сутність фінансового потенціалу та основи управління фінансовим потенціалом підприємства	12
1.3 Концепція оцінювання системи управління фінансовим потенціалом підприємства	
Висновки до першого розділу	28
2 Оцінювання стану управління фінансовим потенціалом дочірнього підприємства «Кондитерська корпорація РОШЕН» кондитерської промисловості в умовах євроінтеграції	30
2.1 Оцінювання кондитерської промисловості: тенденції, проблеми, перспективи	30
2.2 Загальна характеристика і аналізування виробничо-господарської діяльності дочірнього підприємства «Кондитерська корпорація РОШЕН»	38
2.3 Аналіз фінансового потенціалу підприємства	48
Висновки до другого розділу	61
3 Шляхи вдосконалення управління фінансовим потенціалом дочірнього підприємства «Кондитерська корпорації РОШЕН» кондитерської промисловості в умовах євроінтеграції	65
3.1 Теоретично-методологічні напрями та підходи до підвищення ефективності управління фінансовим потенціалом підприємства	65
3.2 Використання підходу до оцінювання рівня управління людським капіталом підприємства та перевірка його адекватності	69
3.3 Обґрунтування пропозицій щодо підвищення ефективності управління фінансовим потенціалом підприємства	75
Висновки до третього розділу	81
Висновки	83
Список використаних джерел	87

1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

1.1 Еволюція трактування поняття «потенціал» та його складових

Для розв'язання сучасних проблем стабілізації національної економіки та підвищення регулюючої функції державного бюджету в забезпеченні соціального розвитку нашого суспільства треба здійснити низку організаційних заходів у плані зміцнення фінансового потенціалу суб'єктів господарювання.

Досліджуючи зазначену тему можна стверджувати, що аналіз сутності поняття управління фінансовим потенціалом необхідно починати досліджувати з аналізу загального поняття потенціалу підприємства.

Перший раз термін «потенціал» в економічній літературі з'явився на початку ХХ ст. На той час, цей термін використовувався для комплексної оцінки використання виробничих сил та рівня розвитку. На кінець ХХ ст. термін «потенціал» починають активно використовувати в економічних працях радянських вчених, відповідно категорія набуває економічного нахилу.

Це поняття в перекладі з латинського «*potentia*» або «*potential*», тобто «приховані можливості» або «міць, сила». Термін є похідним від «*potentialis*», «*potens*», що в перекладі – «спроможний», «здатний» [1].

Під час використання цього поняття його сутність набула більш загального тлумачення як «наявні можливості, запаси, ресурси, засоби, що можна використати для здійснення, досягнення чогось». Розглянемо даний термін в тлумачних словниках.

У Великій радянській енциклопедії поняття «потенціал» визначається як «сила» (у вузькому значенні) та «запаси, засоби, джерела, що є, на даний час, в наявності і які можна використати для досягнення певної цілі, вирішення якогось завдання» [2].

Подібне визначення є у Великому тлумачному словнику української мови. Потенціал в словнику розглядається як «сукупність наявних засобів, можливостей, продуктивних сил і т. ін., які можна використати в якій-небудь галузі, ділянці, сфері», додаючи ще й те, що це можуть бути і «приховані засоби, здатності, сили для якої-небудь діяльності, які можуть виявлятися при певних умовах» [3].

В Економічній енциклопедії під потенціалом розуміються «наявні в економічного суб'єкта ресурси, їх оптимальна структура та вміння раціонально використати їх для досягнення поставленої мети» [4].

Розглядаючи сутність поняття «потенціал» можна стверджувати, що даний термін є досить багатозначним, сутність якого напряму залежить від галузі в якій вживається визначення (у т.ч. економіка, фінанси, природа, фізика тощо), а також на якому рівні (суспільство, держава, підприємство, людина). Тому доречно проаналізувати еволюцію сутності поняття «потенціал» і дослідити як змінювалась думка науковців. (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Визначення сутності поняття «потенціал» авторами економічної літератури

Рік	Автор	Визначення
1924	К.Г.Воблій [5]	Потенціал виробничих сил – це потенційна можливість країни виробляти матеріальні блага для задоволення потреб населення.
1927	В. Вейц [6]	Потенційні виробничі сили – це не тільки матеріальні складові, а також ті чи інші матеріальні умови при яких діє виробничий процес.
1954	С.Г.Струмлілн [7]	Економічний потенціал – це загальна виробнича сила праці всіх працездатних членів суспільства
1967	В.С.Немчінов [8]	Потенціал розширеного виробництва – це ресурсні можливості вітчизняної економіки здійснювати економічний ріст.
1973	О.І.Анчишкін [9]	Виробничий потенціал – це сукупність ресурсів, які набувають форми чинників виробництва в процесі виробництва.
1981	Л.І.Абалкін [10]	Потенціал – це узагальнена збірна характеристика ресурсів, яка є прив'язаною до місця і часу.
1998	І.М.Репіна [11]	Підприємницький потенціал – це сукупність ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових, технічних, інноваційних тощо), навичок та можливостей керівників, спеціалістів та інших категорій персоналу, щодо виробництва товарів, здійснення послуг (робіт), отримання максимального доходу і забезпечення сталої діяльності та розвитку підприємства.

2000	Р.В.Марушков [12]	Економічний потенціал – це можливість підприємства на основі використання системи наявних ресурсів забезпечувати своє довгострокове функціонування та досягнення стратегічних цілей.
------	-------------------	--

Продовження таблиці 1.1

2001	О.І.Олексюк [13]	Потенціал підприємства – це максимально можлива сукупність активних і пасивних, явних і прихованих альтернатив якісного розвитку соціально-економічної системи підприємства у певному середовищі господарювання з урахуванням ресурсних, структурно-функціональних, часових, соціокультурних та інших обмежень.
2001	М.Г.Чумаченко [14]	Економічний потенціал – це відносини, що виникають на підприємстві з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату за умови: наявності власного капіталу, достатнього для виконання умов ліквідності і фінансової стійкості; можливості залучення капіталу; рентабельності вкладеного капіталу; наявності ефективної системи керування фінансами, що забезпечує прозорість поточного і майбутнього фінансового стану.
2002	Є.В.Лапін [15]	Економічний потенціал підприємства відображає реальну, фактичну здатність до створення максимального обсягу матеріальних благ з урахуванням конкретних ресурсних обмежень, збалансованості трудових і матеріальних ресурсів.
2003	О.В.Коренков [16]	Потенціал підприємства – це сукупна спроможність функціональних потенціалів якісно змінювати параметри функціонування підприємства як системи при реалізації власної стратегії.
2003	В.О.Мец [17]	Економічний потенціал – це узагальнююча характеристика роботи підприємства і прояв сукупного впливу наступних взаємозалежних його сторін: виробничого, майнового, фінансового та ділового потенціалів
2004	О.С. Федонін, І.М.Репіна, О.І.Олексюк [18]	Поняття «потенціал підприємства» полягає в інтегральному відображенні (оцінці) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси.
2005	Н.С.Краснокутська [19]	Потенціал підприємства можна визначити як можливості системи ресурсів і компетенції підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів.
2006	І.П.Отенко [20]	Потенціал підприємства – це сукупність можливостей у вигляді ресурсів, що використовуються на підприємстві, процесів їх трансформації, а також адекватної організаційної структури і здатностей персоналу
2007	О.О.Гетьман, В.М.Шаповал [21]	Виробничий потенціал – це можливості підприємства щодо виготовлення продукції певного асортименту, номенклатури, якості в потрібній споживачам кількості.

2009	Б.С.Бачевський, І.В.Заблудська, О.О.Решетняк [22]	Потенціал підприємства – це його властивість, як носія штучного походження, забезпечити очікуваний суб'єктом оцінки позитивний (або негативний) результат в існуючій системі зовнішніх обмежень з урахуванням здатності носія до розвитку.
------	---	--

Продовження таблиці 1.1

2009	Н.С.Педченко [23]	Потенціал підприємства – це системна характеристика, яка за рахунок значної кількості компонентів і їх складових відображає поточну фактичну здатність досягати поставленої мети та перспективну багатовекторну спроможність позитивного розвитку в майбутньому за умови динамічного розвитку внутрішнього та зовнішнього середовища
2010	О.М. Ждан [24]	Потенціал підприємства – це сукупна здатність підприємства здійснювати економічну, виробничу і фінансову діяльність, спрямовану на досягнення максимально можливого результату за умови альтернатив розвитку системи підприємства в зовнішньому середовищі функціонування, забезпечення високого ступеня фінансової стійкості і платоспроможності.
2011	Ю.М.Сафонов, Н.С.Завізна [25]	Потенціал підприємства – це наявні можливості, ресурси, запаси, що можуть бути використані для досягнення певної мети (завдань) і підтримки конкурентоздатності на ринковому просторі.
2012	О.В.Березін, О.Д.Плотник [26]	Потенціал підприємства – це здатність підприємства забезпечувати очікуваний результат або вирішувати поставлені завдання в існуючій системі внутрішніх і зовнішніх обмежень з урахуванням здатності носія до розвитку.

Дослідження еволюції сутності терміну «потенціал» приводить до висновку, що передумовою походження поняття є проблема оцінювання рівня виробничих потужностей на початку ХХ ст. У вітчизняній літературі цей термін визначається як можливості, сукупність ресурсів, засобів, запасів, що можна використати для чого-небудь (вирішення завдань, проблем; досягнення мети, цілі).

Так, К. Воблій [5] та В. Вейц [6] поняття потенціалу виробничих сил розглядають як можливість виробництва матеріальних благ та створення матеріальних умов, при яких здійснюється виробничий процес та які задовольняють потреби населення. Згодом, в середині ХХ ст., С. Струмилін [7] ввів термін «економічний потенціал» і визначив його сутність як сукупну виробничу силу праці всіх працездатних членів суспільства.

При аналізі даних таблиці 1.1. розглядаємо застосування різних підходів до визначення терміну «потенціал» в науковій літературі.

Так, прихильниками ресурсного підходу були В. Немцінов [8], О. Анчишкін [9], Л. Абалкін [10], І.П. Отенко [20], І. Рєпіна, О.С. Федонін, О.І. Олексюк [18], Н.С.Краснокутська [19], Р.В. Марушков [12], тощо. Саме вони характеризували потенціал як сукупність наявних ресурсів, засобів та можливостей, що на пряму показує їх співставлення. Цей підхід, концепція отримали найбільшу кількість прихильників і стала стійким фундаментом для подальшого вивчення потенціалу підприємства.

Наступний підхід – результативний, цільовий. Його прихильники – Б.Є.Бачевський, І.В.Заблудська, О.О.Решетняк [21], М.Г. Чумаченко [13], О.М. Ждан [23], Н.С. Педченко [22], О.В. Березін, О.Д.Плотник [25] – розглядають потенціал як систему факторів, можливостей, які можуть забезпечити досягнення певної мети, цілі.

Також виділяють виробничий (Воблій К.Г. [5] та Вейц В. [6]), управлінський (Струмлінін С. Г. [7]), соціально-економічний (Гетьман О.О. [21], Лапін Є. В. [15]), структурно-функціональний, стратегічний та конкурентний підходи (Плікус І.Й. [27]).

Вивчення економічних праць показало, що думки стосовно сутності поняття «потенціал» та підходів до його трактування є багатозначними і не мають єдності. Однак, однозначно можемо виділити основні підходи, що склалися історично з процесом розвитку економічної думки та еволюцією терміну в науковій літературі.

1. Виробничий – потенціал підприємства розглядається зі сторони потенціалу виробничих сил, які впливають на здійснення виробничого процесу.
2. Ресурсний – потенціал розглядається як сукупність (наявних і прихованих) ресурсів підприємства.
3. Результативний або цільовий – потенціал підприємства визначається спроможністю різних видів наявних ресурсів (людських, трудових, фінансових, економічних, інноваційних, технічних, матеріальних і т.п.) досягати поставлених результатів, цілей.

В Енциклопедії економіста, бізнесмена, менеджера потенціал поділяють на три види: виробничий, економічний та трудовий. Тож сутність поняття має різний нахил в кожному з видів [28] (табл. 1.2).

Таблиця 1.2- Види потенціалу згідно Енциклопедії економіста [28]

Вид	Трактування
Виробничий	реальні можливості виробництва: наявність факторів виробництва, забезпеченість його основними матеріальними, природними, енергетичними, інтелектуальними, трудовими ресурсами; реальний обсяг продукції, який може виготовити підприємство за умови повного використання наявних ресурсів
Економічний	сукупність економічних можливостей держави, які можуть бути використані для потреб суспільства
Трудовий	забезпеченість виробництва трудовими ресурсами, кваліфікація і рівень професійної підготовки яких відповідає його виробничому потенціалу

Поняття «потенціал» в науковій літературі можна класифікувати за різними ознаками (рис. 1.1).

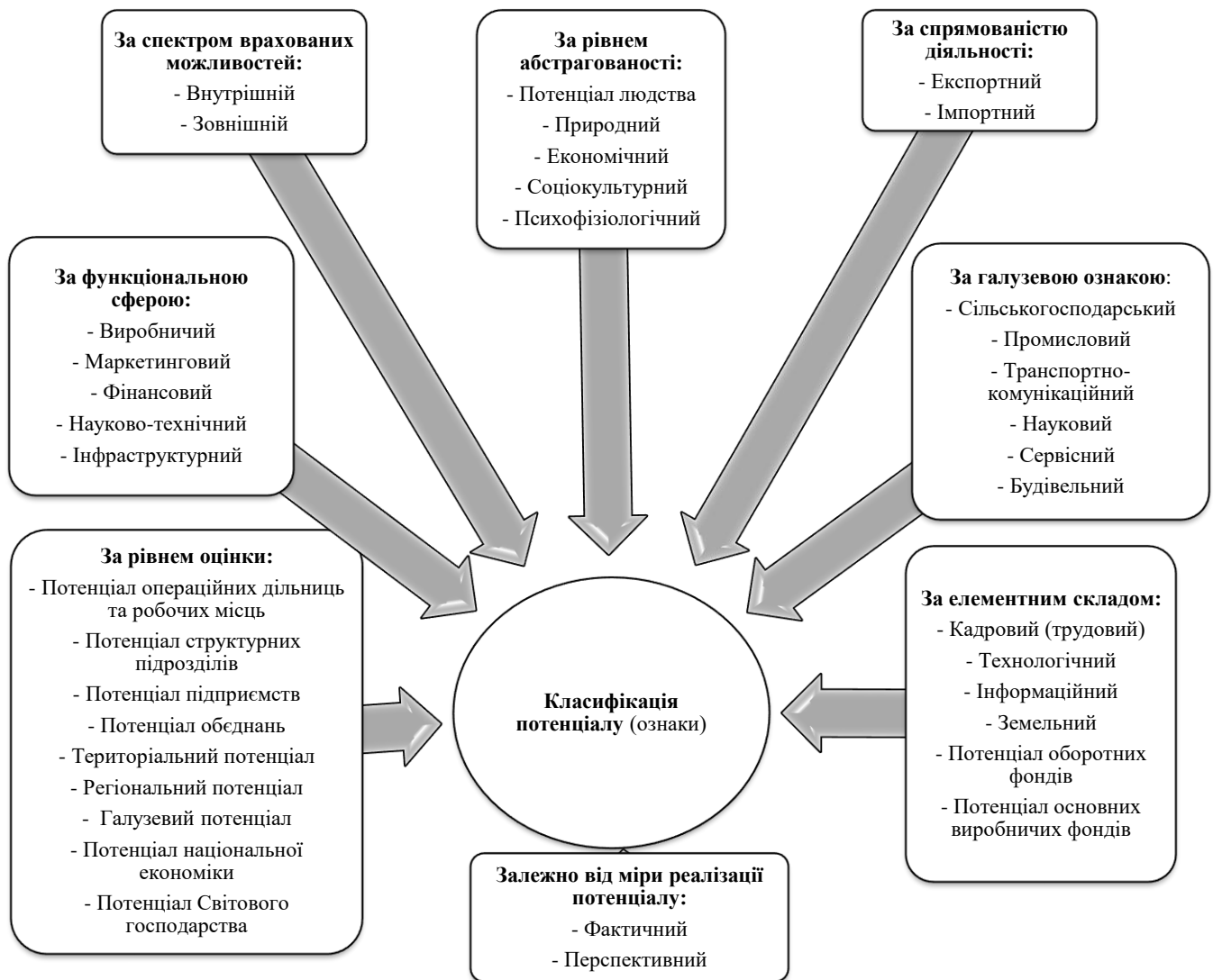


Рисунок 1.1 – Класифікація потенціалу за головними ознаками [18]

Так, І.М. Репіна, О.І. Олексюк, О.С. Федонін [18] наводять такі класифікаційні ознаки поняття "потенціал" як: за галузевою ознакою, за спрямованістю діяльності, за рівнем абстрагування, за елементним складом, тощо. Узагальнено класифікацію потенціалу за головними ознаками наведено на рисунку 1.1., згідно з його даними поняття «потенціал» має широку класифікацію та застосування за різними ознаками.

Аналізуючи сутність поняття «потенціал» на рівні підприємства, американський учений І. Ансофф [29] підсумував, що "потенціал для досягнення цілей організації в майбутньому є одним з кінцевих продуктів стратегічного управління. Стосовно фірми цей потенціал полягає з боку "входу" — у фінансових, сировинних і людських ресурсах, інформації; а з боку "виходу" — виробленої

продукції і послуг, випробуваних з точки зору потенційної прибутковості; з набору правил соціальної поведінки, дотримання яким дозволяє організації постійно добиватися своїх цілей" [29].

Далі досліджуючи сутність поняття «потенціал підприємства» проводимо класифікацію потенціалу за другорядними ознаками [27] (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Класифікація потенціалу за другорядними ознаками [27]

Класифікаційна ознака	Види потенціалу
За належністю до сфери суспільного виробництва	1. Виробничий 2. Невиробничий
Згідно з досягнутим рівнем	1. Нормативний 2. Реальний 3. Стратегічний
За змістом	1. У натурально-речовиній формі 2. У вартісних вимірах
За ресурсною структурою	1. Трудовий 2. Основних фондів 3. Матеріальних ресурсів
За терміновістю застосування	1. Оперативний 2. Поточний 3. Резервний
За об'єктами дослідження	1. Ресурсний 2. Результативний

Продовження таблиці 1.3

За метою аналізу (визначення)	1. Стратегічний 2. Плановий (проектний) 3. Цільовий 4. Надлишковий 5. Прихований
За сферою реалізації	1. Ринковий 2. Внутрішній
За принципом ієрархії	1. Підприємства 2. Бізнес-одиниць
За рівнем виявлення	1. Явний 2. Прихований (латентний)

За спектром урахування можливостей	1. Повний 2. Частковий
За періодом охоплення можливостей підприємства	1. Поточний 2. Стратегічний
За рівнем використання	1. Активний 2. Пасивний

Узагальнюючи вищенаведені результати, зазначимо, що потенціал підприємства характеризує засоби, здатності, можливості та ресурси підприємства задля спрямування його діяльності для досягнення певної мети. А також пропонується визначати «потенціал підприємства» як стан його внутрішнього середовища, що створює передумову до розвитку підприємства.

Усе це підтверджує, що й досі у трактуванні сутності поняття «потенціал» переважає однобічний підхід. Його визначають або як сукупність ресурсів, або як можливості виробничих сил, або як здатність системи досягати певного результату. Така ж однобічність присутня і при дослідженні сутності одного з найбільш важливим складових потенціалу підприємства – фінансового потенціалу.

1.2 Економічна сутність фінансового потенціалу та основи управління фінансовим потенціалом підприємства

Вперше термін «фінансовий потенціал» був започаткований в економічній літературі та увійшов в використання у період найбільшого економічного спаду кінця ХХ ст., тобто, близько 50 років тому [28].

Економічний спад та криза фінансових ресурсів стала передумовою фактичного ототожнення потенціалу з ресурсами. Термін «фінансові ресурси» було визначено набагато раніше від поняття «фінансовий потенціал» і визначалось як обмеженість засобів, запасів, які можливо застосувати для розширення та розвитку виробництва. Як відомо, розширення та розвиток передбачає накопичення капіталу, що, в свою чергу, тягне за собою частину засобів, що

призначені для споживання. Тому для стабільного подальшого розвитку потрібно не тільки краще використовувати вже наявні ресурси, але й залучати нові. В кінці 70-х років минулого століття, під час дефіциту ресурсів економіки, постає необхідність виміру всіх видів ресурсів та детального аналізу ефективності їх використання, що призводить до поступового виокремлення та появи нового терміну «фінансовий потенціал».

Більш детально досліджувати фінансовий потенціал починають в кінці 80-х років [28]. Порівнюючи темпи росту економіки СРСР з економіками більш розвинених індустріальних країн, темпи росту в яких були у 2-3 рази вище, науковці змінили свій погляд на співвідношення понять «потенціал» і «ресурси», адже, було явно зрозуміло, що об'єм накопичених ресурсів абсолютно не гарантує їх автоматичне перетворення в потенціал. То, стало ясно, що головним є не кількість ресурсів, а механізм їх застосування (використання). Для того, щоб покращити цей динамічний процес розвитку було сформовано поняття «фінансовий потенціал», як здатність економіки та окремих її суб'єктів використовувати ресурси для реалізації власного потенціалу, презентація власних можливостей та досягнення динамічного розвитку.

При визначенні сутності поняття «фінансовий потенціал» науковці беруть до уваги наступні аспекти [30-38]:

1. загальна сукупність фінансових ресурсів (можливостей) підприємства;
2. можливості підприємства щодо залучення та ефективного управління фінансовими ресурсами (грошовим капіталом, грошовими потоками, фондами грошових коштів);
3. забезпечення діяльності підприємства (поточної і перспективної);
4. забезпечення досягнення тактичних і стратегічних цілей підприємства.

Дослідження праць науковці дозволило окреслює різні підходи до трактування терміну (ресурсний, результатний, функціональний, цільовий, конкурентний і т.д.) та в літературі переважно зустрічаються два напрями вивчення сутності поняття «фінансовий потенціал»:

1. з точки зору ресурсів (табл. 1.4) ;

2. з точки зору сукупності відносин та можливостей підприємства (табл.1.5).

Таблиця 1.4 – Визначення сутності поняття «фінансовий потенціал» в контексті ресурсного підходу та їх спрямування

Автор	Визначення	Спрямування
Маслак І.О. [30]	сукупність фінансових ресурсів, за допомогою ефективного та раціонального використання яких підприємство здатне отримати прибуток та досягти поставленої мети своєї діяльності, а також отримати максимально можливий фінансовий результат, за рахунок використання наявних власних ресурсів і залучення додаткових коштів на найбільш вигідних для підприємства умовах	на отримання максимально можливого прибутку; на досягнення мети діяльності
Ситник Г.В. [31]	система наявних фінансових ресурсів та компетенцій, щодо їх ефективної акумуляції в необхідних обсягах, розподілу та створенні конфігурацій і пропорцій, які забезпечують «стратегічну відповідність» підприємства і генерують цінність для власників та інших стейкхолдерів	на ефективне використання ресурсів; на досягнення стратегічної мети

Продовження таблиці 1.4

Бражко О.В. [32]	фінансові ресурси, з приводу яких виникають відносини на підприємстві з метою досягнення його ефективного та рентабельного функціонування	на ефективне та рентабельне функціонування;
Гнип Н.О. [33]	сукупність потенційних фінансових ресурсів і доходів підприємства при заданих або таких, що склалися, параметрах ресурсного і виробничого потенціалів, а також ринкової кон'юнктури	на доходи підприємства; на параметри ресурсного на виробничого потенціалу; на ринкову кон'юнктуру;

Подальше дослідження економічної літератури дало змогу зазначити наявність потужного напрямку дослідження категорії «фінансовий потенціал» в контексті можливостей та відносин підприємства, який згруповано та представлено у таблиці 1.4.

Аналізуючи думки науковців можна зазначити, що науковці, які використовували до визначення сутності поняття «фінансовий потенціал» ресурсний підхід, ототожнюють терміни «фінансовий потенціал» та «фінансові ресурси». Хоча дані поняття і близькі за змістом, проте, як було виявлено, вони, ні в якому випадку, не ідентичні.

Таблиця 1.5 – Визначення сутності поняття «фінансовий потенціал» в контексті відносин та можливостей підприємства та їх спрямування

Автор	Визначення	Спрямування
Глущенко В.В. [34].	є складовою управління фінансами суб'єктів господарювання, основою забезпечення стійкого зростаючого припливу грошових коштів, достатнього для забезпечення поточної і довготривалої платоспроможності на основі стратегії стабільного економічного зростання	на ефективне управління; стійке поповнення грошових коштів; на підтримку поточної та довготривалої платоспроможності; стійке економічне зростання

Продовження таблиці 1.5

Касьянова Н.В. [35]:	це відносини, що виникають на підприємстві з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату за умов наявності власного капіталу, достатнього для виконання умов ліквідності і фінансової стійкості; можливості залучення капіталу, в обсязі необхідному для реалізації ефективних інвестиційних проєктів; рентабельності вкладеного капіталу; наявності ефективної системи керування фінансами; забезпечення прозорості поточного і майбутнього фінансового стану.	максимально можливий фінансовий результат; підтримку ліквідності та фінансової стійкості; реалізацію ефективних інвестиційних проєктів; забезпечення прозорості поточного і майбутнього фінансового стану
Руда Р.В. [36]	найважливіша характеристика ефективності фінансово-господарської діяльності та надійності підприємства, що визначає його конкурентоспроможність та потенціал у ділових стосунках, є основою ефективної	ефективності фінансово-господарської діяльності

	реалізації фінансових інтересів усіх учасників господарської діяльності	
Кирилова Л.І. [37]	сукупність взаємопов'язаних та взаємодоповнюючих елементів, що надають можливість для досягнення запланованих фінансових результатів в поточному періоді та майбутньому.	на досягнення запланованих фінансових результатів в поточному періоді та майбутньому
Шкроміда В.В. [38]	сукупність господарських відносин і зв'язків, які спрямовані на одержання максимально-можливих фінансових результатів	на одержання максимально-можливих фінансових результатів

Використання фінансових ресурсів з метою досягнення стратегічних та практичних цілей підприємства являє собою сутність фінансового потенціалу.

З урахуванням вищенаведеної інформації, поняття «фінансовий потенціал» слід розуміти як здатність системи фінансових ресурсів підприємства забезпечувати вирішення певних завдань, які підтримуватимуть стабільне функціонування і розвиток підприємства та сприятимуть покращенню економічного потенціалу і конкурентоспроможності.

В умовах євроінтеграції, постійні трансформації національного та світового ринків відображають поглиблення фінансової глобалізації та сприяють активізації руху всіх видів та форм фінансових ресурсів. Таким чином значно підвищується роль фінансового потенціалу для адаптації стратегічних та тактичних цілей підприємств та їх стабільного функціонування і розвитку. Адже фінансовий потенціал – чинник, що впливає не тільки на внутрішні відносини та процеси у підприємстві, але й на відносини (кредитні, фінансові, інтеграційні, інвестиційні тощо), які виникають між різними економічними суб'єктами на різних рівнях і в різних сферах діяльності.

Проаналізувавши сутність поняття «фінансовий потенціал» ми визначили, що даний термін визначається як управління ресурсами як процес, що має певну мету,

а також як можливості, які мають здатність покращувати досягнення цієї мети у короткостроковій та довгостроковій перспективах.

Фінансовий потенціал як складова економічного потенціалу підприємства, функціонує поряд з організаційним, маркетинговим та виробничим потенціалами (рис.1.2).

Кожна складова економічного потенціалу підприємства залежить від рівня розвитку підприємства та ефективності всієї системи управління.



Рисунок 1.2 – Основні складові економічного потенціалу підприємства [39].

Фінансовий потенціал відіграє визначальну роль серед інших складових. Адже, він має вплив на кожну з складових. А саме:

1. На виробничий потенціал він впливає зі сторони вільних фінансових ресурсів та достатності коштів на інновації;

2. На організаційний (управлінський) потенціал він чинить вплив завдяки стабільному фінансовому стану для підвищення стратегічного потенціалу, реалізації стратегій та забезпечення рентабельності і прибутковості компанії;

3. На маркетинговий потенціал через фінансові можливості, що забезпечують формування ринкового потенціалу та сприяють нарощуванню маркетингових досліджень, забезпечують гнучку цінову політику, значну ринкову частку, низькі витрати на збут та доведення продукції до споживача.

Проте за великого об'єму фінансових ресурсів, але з відсутністю можливостей організаційного, маркетингового та виробничого потенціалу, фінансовий

потенціал не матиме можливості ефективної реалізації тому, що підприємство не зможе використовувати даний об'єм фінансових ресурсів задля досягнення визначених цілей. Це свідчить про те, що для забезпечення ефективної стабільної роботи підприємства необхідно, щоб всі складові економічного потенціалу діяли єдиним збалансованим механізмом.

Для кращого розуміння структури і місця фінансового потенціалу в системі економічного потенціалу підприємства побудуємо більш детальну схему цього механізму (рис. 1.3).

З рисунку 1.3 випливає, що фінансовий потенціал відіграє важливу роль для нормального стабільного функціонування підприємства та забезпечення його постійного розвитку, адже взаємопов'язаний з усіма потенціалами підприємства. А основу формування фінансового потенціалу складають фінансові ресурси, що в свою чергу поділяються на власні та позикові, внутрішні та зовнішні та формуються в залежності від джерел надходження фінансових ресурсів. Також фінансовий потенціал формується з можливостей (здатності) підприємства, які теж поділяються на внутрішні та зовнішні. Вони формуються в залежності від сфери діяльності, в якій вони знаходяться.

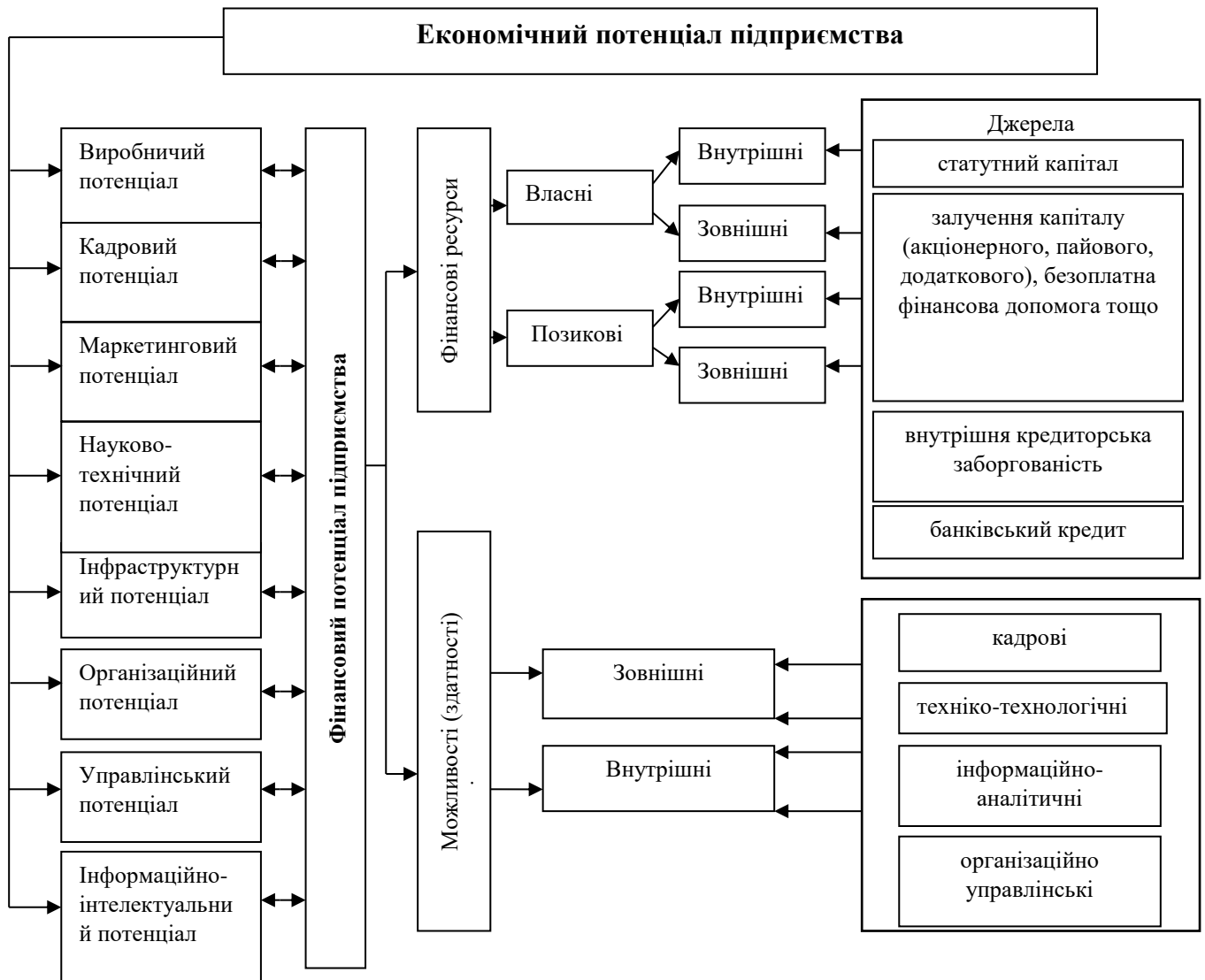


Рисунок 1.3 – Структура економічного потенціалу підприємства [40-44].

Як один з основних елементів у системі економічного потенціалу підприємства, фінансовий потенціал формують внутрішні та зовнішні джерела, тому на нього можуть впливати усі фактори внутрішнього та зовнішнього середовища. Деталізація джерел формування фінансового потенціалу підприємства представлена у рисунку 1.4.

Наявність власних фінансових джерел та можливість доступу до залучення фінансових джерел із зовнішнього середовища вказує на рівень фінансового потенціалу підприємства. Також беззаперечний вплив на формування фінансового потенціалу має ефективність діяльності самого підприємства. Адже, якщо підприємство ефективно використовує свій потенціал, здійснює прибуткові

процеси, то рівень фінансового потенціалу зростає. Якщо ж підприємство здійснює збиткову діяльність – рівень фінансового потенціалу зменшується.

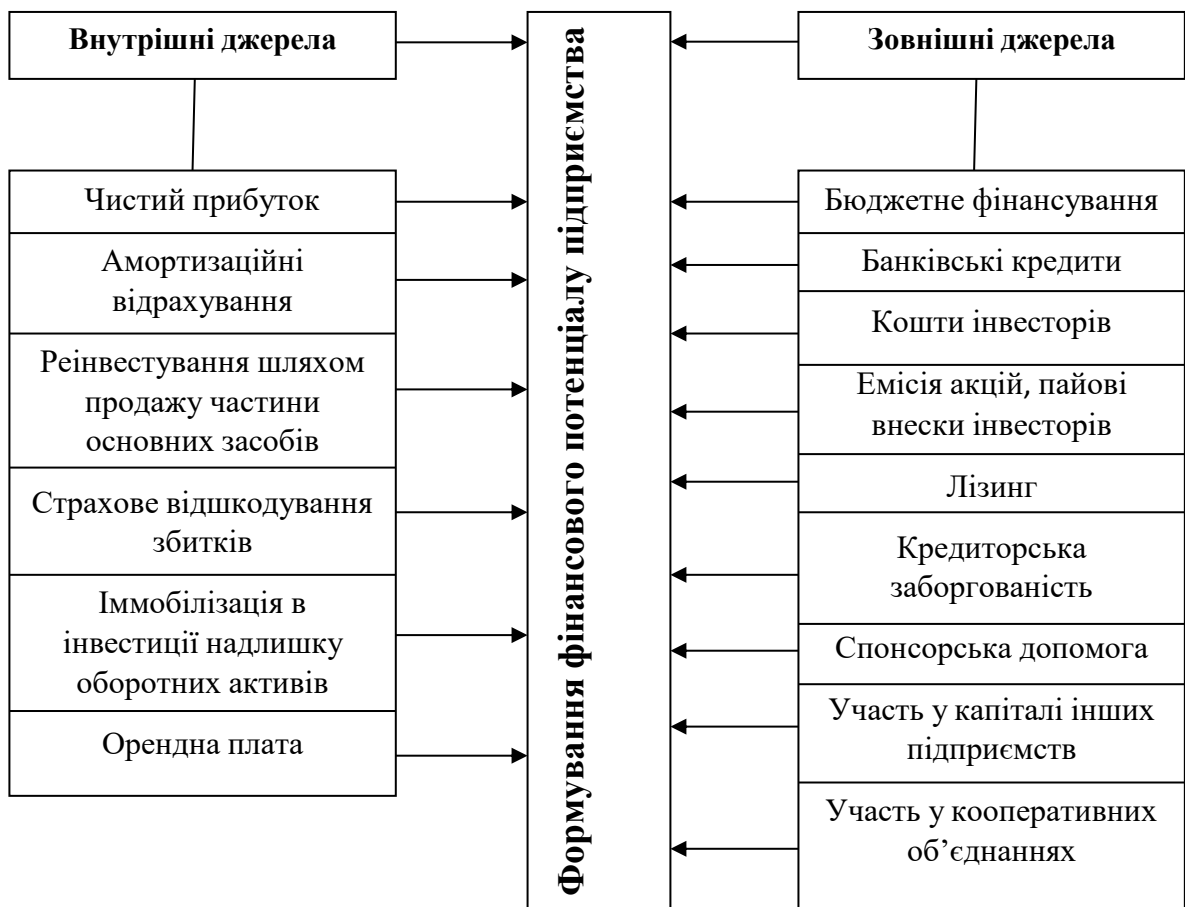


Рисунок 1.4 – Джерела формування фінансового потенціалу підприємства [45-52]

Існують фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають на формування фінансового потенціалу (рис. 1.5).

Зовнішні фактори впливу на формування фінансового потенціалу підприємства залежать від: стану економіки країни, галузі, до якої належить підприємство; державної політики у сфері, в якій працює підприємство; кон'юктури ринків тощо. Вплив цих факторів визначається обмежувальними та стимулюючими факторами (податкові та відсоткові ставки, тиск політичних сил, законодавчі та суспільні норми).

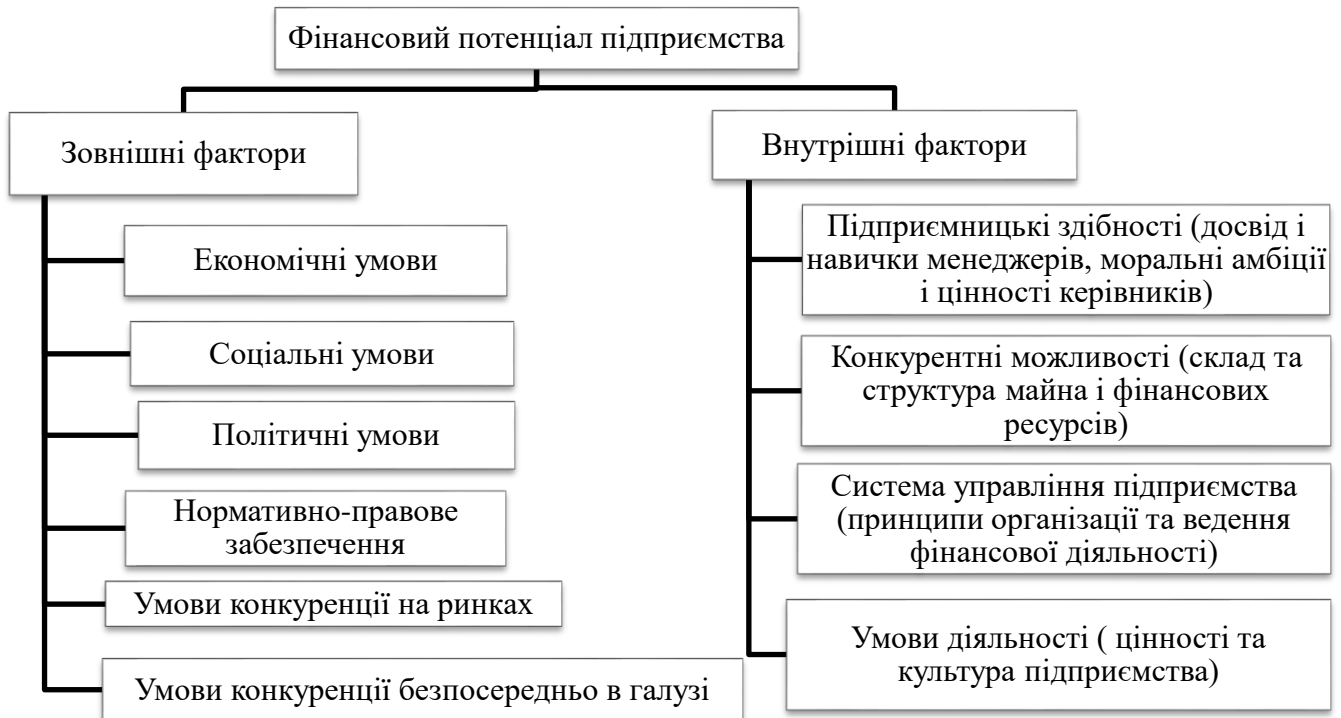


Рисунок 1.5 – Фактори впливу на формування фінансового потенціалу підприємства

Внутрішні фактори впливу залежать від організації та управління підприємством, стратегії підприємства. Таким чином, керівництво підприємства має можливість впливати на внутрішні фактори та змінювати їх, що може підвищувати фінансовий потенціал підприємства.

Далі розглянемо основні етапи формування фінансового потенціалу підприємства (рис. 1.6).

Ці етапи характеризують різні стадії формування фінансового потенціалу. А саме:

1. На першій стадії фінансовий потенціал досліджується зі сторони наявних фінансових ресурсів. Тобто, аналізується ступінь забезпеченості та укомплектованості підприємства фінансовими ресурсами, які є необхідними для здійснення ефективної діяльності підприємства.

2. На другій стадії фінансовий потенціал аналізується як потенційна можливість ресурсів до їх практичної реалізації у діяльності.

3. На третій стадії фінансовий потенціал визначається на основі готовності ресурсів до належного їх використання у діяльності підприємства.

Варто зауважити, що важливою стадією ефективного розвитку підприємства є не тільки формування фінансового потенціалу, а й правильне його використання [46].



Рисунок 1.6 – Етапи формування фінансового потенціалу підприємства [45-48]

В умовах євроінтеграції для підприємств характерним явищем є постійна зміна факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ. Тож підприємствам необхідно постійно адаптуватись до змін, що в свою чергу зумовлює необхідність покращення системи управління фінансовим потенціалом.

Пошук шляхів удосконалення механізму управління фінансовим потенціалом є досить проблематичним та багатогранним. Тому для вирішення цієї проблеми

необхідно підійти комплексно та дослідити повністю всі передумови, методи та зв'язки даного механізму.

Тому розглянемо принципи, які мають бути основою для організації системи управління фінансовим потенціалом підприємства.

Організація системи управління фінансовим потенціалом має базуватись на таких принципах [50] (рис. 1.7):

1. Сутність принципу цілісності полягає у можливості забезпечення комплексності та узгодження управлінських дій системи управління на всіх етапах її функціонування.

2. Принцип еластичності полягає у здатності пристосування, адаптації всіх рішень до умов господарювання, що постійно змінюються.

3. Принцип неперервності у часі передбачає постійне функціонування системи управління з моменту створення до моменту ліквідації підприємства.



Рисунок 1.7 – Базові принципи організації системи управління фінансовим потенціалом підприємства [52].

4. Сутність принципу результативності полягає в направленні всіх управлінських дій на отримання позитивних фінансових результатів та досягнення поставленої мети.

5. Наступний принцип враховує специфіку суб'єкта управління і полягає в адаптації до умов його функціонування в конкретній політичній та економічній сфері.

6. Останній принцип полягає у необхідності наукової обґрунтованості щодо прийняття управлінських рішень, що дозволяє забезпечити більшу ефективність системи управління.

Зображені вище принципи організації системи управління фінансовим потенціалом підприємства взаємопов'язані між собою, вказують на загальні вимоги до організації системи та на наявні особливості фінансового потенціалу. Тому для підвищення ефективності системи управління фінансовим потенціалом підприємства необхідно слідувати всім вищевказаним принципам та дотримуватись таких напрямів (рис. 1.8), які включають: вдосконалення системи управління фінансами; покращення ефективності структури капіталу; розробка кредитної та облікової політик підприємства; підвищення інвестиційної привабливості; вдосконалення механізму витратами тощо.



Рисунок 1.8 – Напрями системи управління фінансовим потенціалом підприємства

Тож, організація системи управління фінансовим потенціалом має здійснюватись за допомогою відповідного механізму, який повинен забезпечувати вказані принципи та напрями, а також задовольняти потреби підприємства,

гарантувати фінансову міцність для протидії внутрішнім і зовнішнім загрозам та створювати стійкий фундамент для розвитку підприємства. Звідси виникає потреба аналізу системи управління фінансовим потенціалом підприємства.

На рисунку 1.9 представлена концепція системи управління фінансовим потенціалом підприємства. Згідно нього система управління фінансовим потенціалом підприємства включає в себе принципи, мету, завдання, комплекс методів управління тощо.



Рисунок 1.9 – Концепція системи управління фінансовим потенціалом підприємства [51].

Система управління містить в своїй основі принципи та мету, які знаходяться під впливом зовнішніх факторів. Фінансовий потенціал та внутрішні фактори є взаємозалежними. Завдання, що встановлюються згідно мети формують комплекс методів управління фінансовим потенціалом підприємства, які мають приводити

до стійкого функціонування підприємства. Також з мети впливають критерії ефективності, що допомагають визначити рівень функціонування підприємства. Далі проводиться моніторинг та діагностика. Згідно ньому, якщо підприємства отримало позитивний результат (мета досягнута), то можна встановлювати наступну нову мету. Якщо ж результат моніторингу негативний – потрібно повернутись та вибрати інший комплекс методів управління фінансовим потенціалом [49-50].

Отже, система управління фінансовим потенціалом підприємства – це механізм, що передбачає комплекс завдань, методів та моніторинг їх результатів, що показують тип фінансової стійкості підприємства, виходячи з якого ми можемо зрозуміти як підвищити ефективність управління фінансовим потенціалом підприємства.

Виходячи з вищевказаного, для управління фінансовим потенціалом потрібно використовувати системний підхід, який включає такі етапи:

1. Діагностика фінансових показників – етап, на якому вивчають ознаки, що передбачають розвиток фінансового потенціалу. На цьому етапі важливим є не тільки показники фінансової діяльності, але й тенденції їх можливої зміни.

2. Оцінка структурної динаміки фінансових показників – етап, на якому виділені раніше відхилення фінансових показників досліджуються та визначаються передумови їх виникнення.

3. Моніторинг фінансових показників – останній етап, що дозволяє спрогнозувати ймовірність досягнення поставлених цілей. Результатом цього етапу є динаміка прогнозованих значень фінансових показників, що оформлюються у вигляді графічної таблиці. На основі цієї таблиці визначаються критичні точки значень фінансових показників, що мають тенденцію до їх зміни під впливом різних факторів.

Дані взаємопов'язані етапи дають можливість управління всіма фінансовими ресурсами підприємства з більшою ефективністю та стають основою для подальшого стабільного розвитку підприємства.

Отже, для збільшення ефективності організації системи управління фінансовим потенціалом підприємства необхідно враховувати всі можливі чинники та прогнозувати всі можливі зміни, що можуть вплинути на управління фінансовими та економічними ресурсами підприємства та загалом на функціонування та розвиток підприємства.

1.3 Концепція оцінювання системи управління фінансовим потенціалом підприємства

Проводити оцінку фінансового потенціалу підприємства та системи його управління необхідно систематично та всебічно з використанням різних прийомів, методик та методів за певний період та за ряд періодів. Це допоможе діяльності підприємства, оскільки дасть змогу визначити забезпеченість підприємства фінансовими ресурсами та чи є їх використання доцільним і раціональним. Цей аналіз наглядно покаже можливості та способи більш ефективного використання фінансових ресурсів, що сприятиме підвищенню рентабельності виробництва та забезпечить стабільне функціонування та розвиток підприємства.

Основні структурні складові оцінювання фінансового потенціалу [58] зображено на рисунку 1.10.

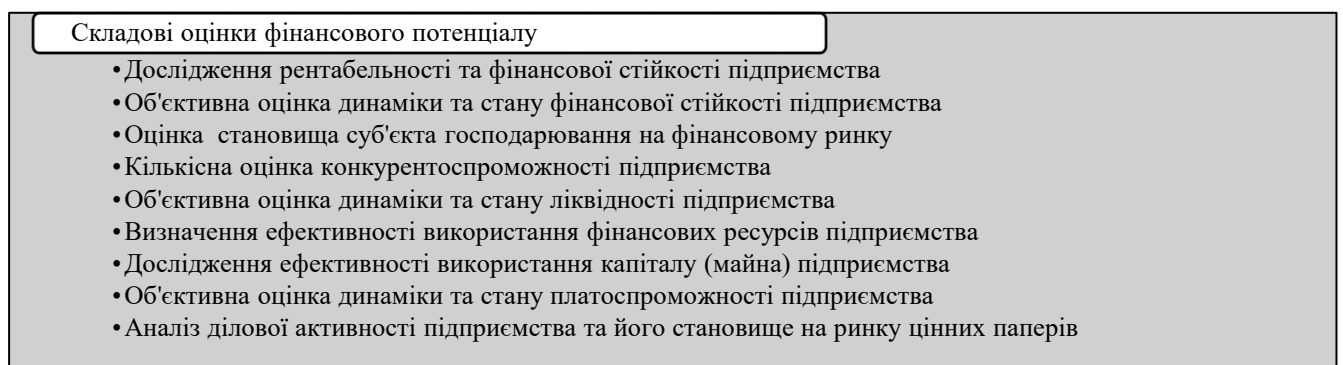


Рисунок 1.10 – Складові оцінювання фінансового потенціалу

Таким чином, для детального оцінювання фінансового потенціалу підприємства необхідно проаналізувати всі ключові (найбільш інформативні) показники, з яких ми дізнаємось точну та об'єктивну картину фінансового стану

підприємства. Розрахунки включають в себе оцінку фінансового стану підприємства в минулому, на сьогодні та в майбутньому, для своєчасного виявлення і усунення недоліків в діяльності підприємства.

Оцінку фінансового потенціалу підприємства можуть здійснювати різні економічні суб'єкти, що мають бажання отримати найбільш повну інформацію про діяльність цього підприємства. Адже, результати дослідження вказують ефективні напрямки руху підприємства для забезпечення досягнення поставлених цілей і на основі цього економічні суб'єкти можуть приймати раціональні управлінські рішення, що забезпечать покращення фінансового стану підприємства [59].

Розглянемо інтереси різних економічних суб'єктів щодо зацікавленості оцінювання фінансового потенціалу підприємства (табл. 1.6).

Таблиця 1.6 – Інтереси економічних суб'єктів щодо оцінки фінансового потенціалу підприємства [60]

Економічні суб'єкти	Їх інтереси	Мета оцінювання
Власники	Загальна оцінка фінансового потенціалу, яка включає оцінювання: витрат і результатів; можливостей і перспектив; виявлення збитків; фінансової стійкості і конкурентоспроможності.	Оцінювання виступає вихідною точкою при формуванні стратегії підприємства, що впливає на майбутнє підприємства.
Акціонери	Аналіз: розподілення загального прибутку та прибутку, що залишається для виплати дивідендів; збитків, витрат і втрат; напрямів використання прибутку; цілеспрямованості управлінських витрат; ефективності дивідендної політики.	Оцінювання допомагає акціонерам контролювати діяльність підприємства та знаходити шляхи підвищення ринкової вартості підприємства.
Банки та кредитори	Аналіз: фінансової стійкості та платоспроможності; активів підприємства; співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованостей; розрахунків за позиками та кредитами.	Результати оцінювання показують рівень платоспроможності підприємства і прогнозують чи вигідні їх майбутні взаємовідносини.

Продовження таблиці 1.6

Інвестори	Загальне дослідження фінансового стану підприємства, а саме оцінка: рівня фінансової стійкості, платоспроможності, ліквідності, інвестиційної привабливості; ефективності використання власного і залученого капіталів, майна підприємства,	Оцінювання дає змогу інвесторам прогнозувати перспективи можливих інвестицій у дане підприємство.
-----------	---	---

	кредиторської та дебіторської заборгованостей, оборотних та необоротних активів; ефективності короткострокових та довгострокових інвестицій	
Постачальники та покупці	Оцінка: платоспроможності та фінансової стійкості; ліквідності поточних зобов'язань; структури оборотних активів; кредиторської та дебіторської заборгованостей.	Результати допомагають переконатись в ефективності взаємовідносин з даним підприємством.

З вищенаведеної інформації виходить, що кожен з економічних суб'єктів використовує оцінювання заради власної мети: власники та акціонери завдяки оцінюванню розуміють стан діяльності підприємства і мають змогу все контролювати; інвестори, банки та постачальники – можуть впевнитись в доцільності співпраці та спрогнозувати ефективність майбутніх взаємовідносин.

Аналіз фінансового потенціалу можна поділити на внутрішній та зовнішній [61] (табл. 1.7).

Таблиця 1.7 – Види аналізу фінансового потенціалу підприємства

Вид аналізу	Детальна характеристика
Внутрішній	<p>Ким проводиться. Працівниками підприємства.</p> <p>Інформація, що використовується. Інформаційна база набагато ширша, адже включає будь-яку інформацію, що знаходиться всередині підприємства та може бути корисна для прийняття управлінських рішень.</p> <p>Мета аналізу. Задоволення власних потреб підприємства (отримання максимального прибутку, уникнення банкрутства, забезпечення надходження грошових коштів тощо).</p> <p>Використання результатів аналізу. Для планування, контролю та прогнозування фінансового стану підприємства.</p>
Зовнішній	<p>Ким проводиться. Аналітиками – сторонніми особами для підприємства</p> <p>Інформація, що використовується. Не мають доступу до внутрішньої інформаційної бази, тому аналіз ґрунтується на загальнодоступній інформації.</p> <p>Мета аналізу. Прогнозування ступеня ризику вкладення інвестицій і рівня його дохідності.</p> <p>Використання результатів аналізу. Для прийняття необхідного рішення.</p>

Отже, аналіз загальної ефективності діяльності підприємства може здійснюватись з внутрішньої і зовнішньої сторін.

Загалом концепцію оцінки фінансового потенціалу підприємства можна зобразити таким чином (рис. 1.11) :

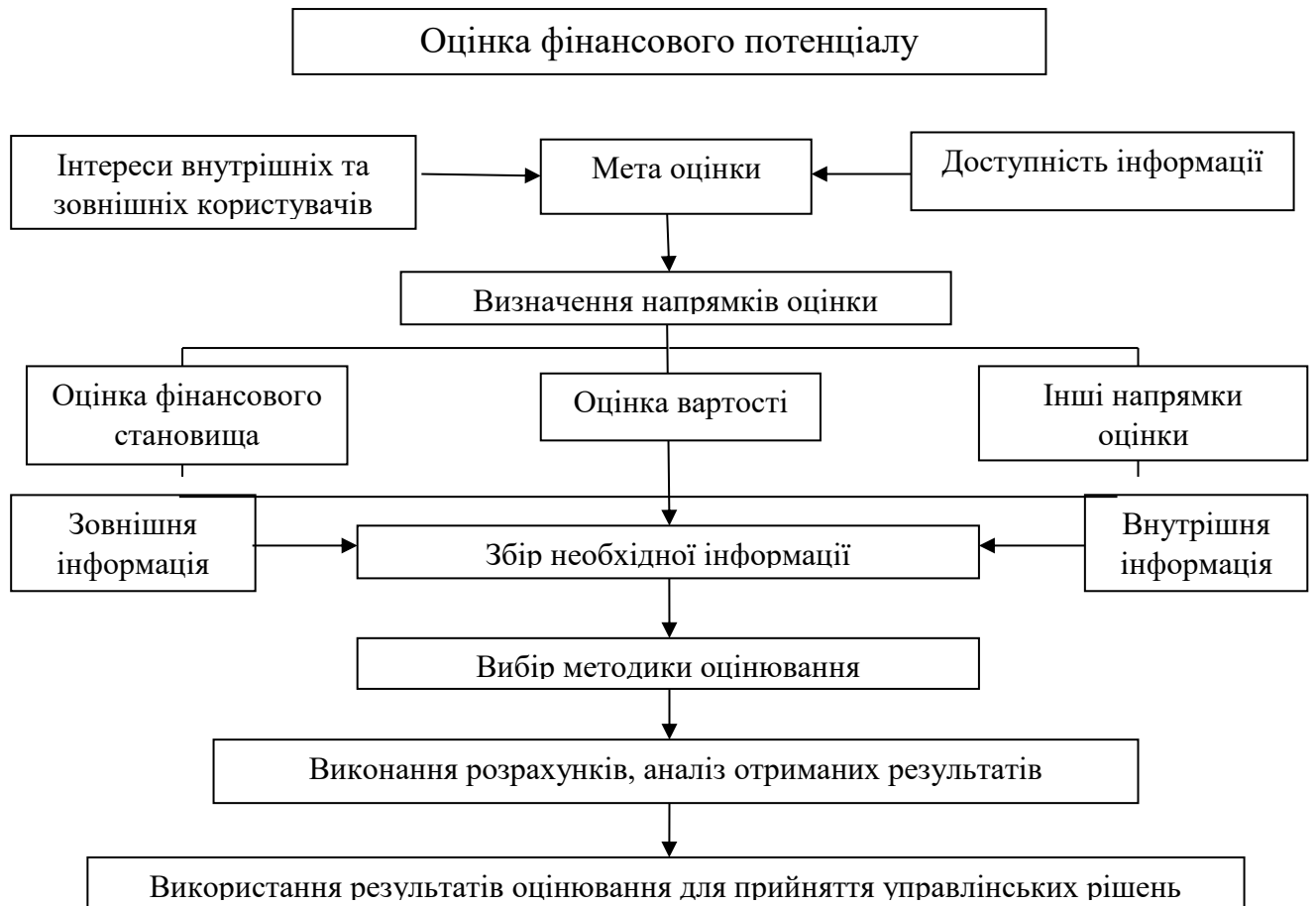


Рисунок 1.11 – Модель оцінювання фінансового потенціалу підприємства [62]

Насамперед, необхідно визначити мету оцінки, яка залежить від інтересів внутрішніх та зовнішніх суб'єктів, а також доступності потрібної для оцінки інформації.

Далі, залежно від мети визначаємо напрями та методи оцінювання. Для цього проводимо збір та аналіз доступних джерел інформації на основі яких виконуємо необхідні розрахунки та аналізуємо отримані результати.

На закінчення, використовуємо отримані завдяки дослідженню результати та приймаємо управлінські рішення, які сприятимуть покращенню ефективності управління фінансовим потенціалом підприємства та його подальшому розвитку.

Ця модель була представлена Р.О.Толпежніков [62]. Він вважає, що «оцінка фінансового потенціалу дозволяє вибрати основні напрями активізації діяльності підприємств, виробити необхідну стратегію поведінки, спрямовану на мінімізацію втрат і фінансового ризику від вкладень в їх діяльність».

Можна виділити такі основні групи методів оцінювання фінансового потенціалу підприємства: якісні, кількісні, комбіновані [63-65] (рис. 1.12).

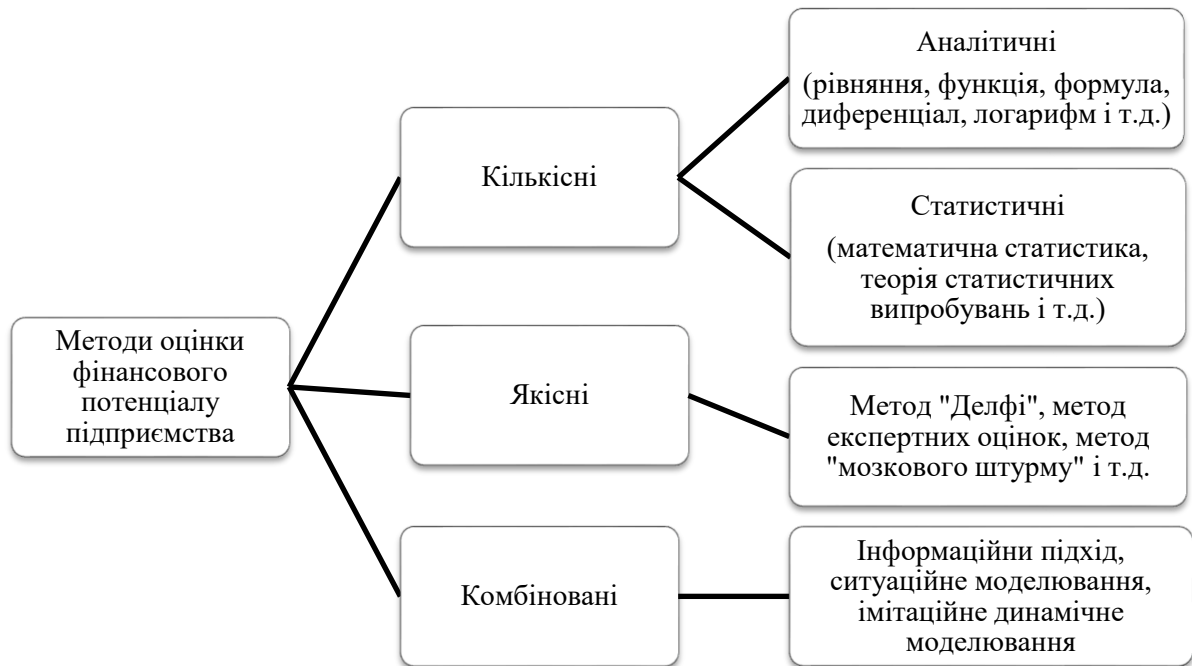


Рисунок 1.12 – Різновидність методів оцінки фінансового потенціалу підприємства

Кожен з вищезазначених методів визначається сукупністю конкретних інструментів і способів управління фінансовим потенціалом підприємства. Таким чином, можна зобразити загальну концепцію системи методів для оцінювання управління фінансовим потенціалом підприємства і виділити три основні комплекси методів, а саме методи: управління фінансовою рівновагою та фінансовими ресурсами; управління взаємодії підприємства з внутрішнім і зовнішнім середовищами [63-65] (рис. 1.13).



Рисунок 1.13 – Концепція системи методів для оцінювання управління фінансовим потенціалом підприємства

Для формування вищенаведеної концепції необхідно використовувати наступні принципи: адаптивність, системність, цілеспрямованість, динамічність, оптимальність, перспективність, науковість, альтернативність [66]. Детальніша характеристика принципів у таблиці 1.8.

Таблиця 1.8 – Принципи формування системи методів для оцінки управління фінансовим потенціалом підприємства

Принцип	Його характеристика
Адаптивність	Система управління фінансовим потенціалом має адаптуватись під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища відповідно до потреб підприємства
Системність	Згідно цього принципу всі складові системи управління фінансовим потенціалом підприємства мають діяти взаємопов'язано (однією цілою системою).

Продовження таблиці 1.8

Цілеспрямованість	Всі складові системи повинні бути орієнтовані на досягнення поставленої мети.
-------------------	---

Динамічність	Ґрунтується на безперервності та чутливості до змін.
Оптимальність	Кількість складових системи має бути оптимальною.
Перспективність	Характеризується спрямуванням на перспективу, тобто, концепція системи управління фінансового потенціалу підприємства має відповідати потребам не тільки сучасних умов, а й майбутніх.
Науковість	Дотримання принципів наукового пізнання.
Альтернативність	Згідно з цим принципом слід розраховувати інші альтернативні напрямки досягнення і збереження стійкого фінансового стану підприємства.

Таким чином, для створення чіткої функціонуючої системи управління фінансовим потенціалом підприємства необхідно використовувати комплекс різних методів, базуватись на основі даних принципів та враховувати всю специфіку даного підприємства.

Слід зауважити, що найчастіше для оцінювання фінансового потенціалу підприємства використовують комбіновані методи, адже вони не тільки поєднують у собі математичні індикатори і фактори, а також враховують вплив внутрішнього і зовнішнього середовищ та рівень менеджменту на підприємстві.

Прихильники комбінованого підходу до оцінювання фінансового потенціалу підприємства розглядають наступні етапи визначення становища фінансового потенціалу підприємства [55]:

1. Етап визначення рівнів фінансового потенціалу підприємства та їх характеристик (рис. 1.14).

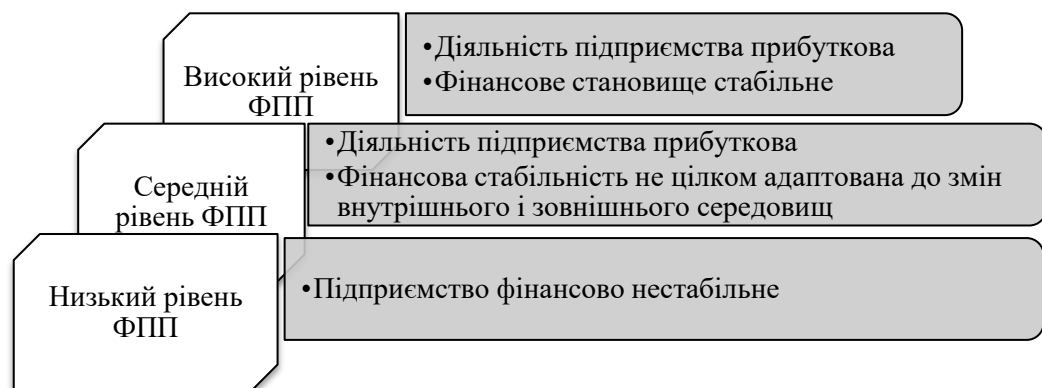


Рисунок 1.14 – Рівні фінансового потенціалу підприємства

2. Етап оцінювання фінансового потенціалу підприємства за фінансовими показниками (найчастіше для оцінки використовуються показники платоспроможності, забезпеченості фінансовими ресурсами, фінансової стійкості, рентабельності, оборотності). Включає підготовчий і розрахунковий етапи [54]. Протягом підготовчого етапу розробляється система фінансових показників, за якими буде проводитись оцінювання та визначаються порогові значення цих показників для розділення на різні рівні фінансового потенціалу підприємства (табл. 1.9).

3.

Таблиця 1.9 – Порогові значення основних фінансових показників за рівнями ФПП [54]

Показник	Формула розрахунку	Низький рівень ФПП	Середній рівень ФПП	Високий рівень ФПП
Коефіцієнт поточної ліквідності	$\frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}}$	1,0	1,0-2,5	2,5
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$\frac{\text{Грошові кошти та їх еквіваленти}}{\text{Поточні зобов'язання}}$	0,2	0,2-0,25	0,25
Коефіцієнт автономії	$\frac{\text{Власний капітал}}{\text{Активи}}$	0,5	0,5-1,0	1,0
Коефіцієнт оборотності загальних активів	$\frac{\text{Виручка (дохід)}}{\text{Середньорічний обсяг активів}}$	0,05	0,05-0,1	0,1
Коефіцієнт рентабельності активів	$\frac{\text{Чистий прибуток (чистий збиток)}}{\text{Середньорічна сума активів}} * 100\%$	5	5-10	10

Розрахунковий етап починається з розрахунку значень фінансових показників досліджуваного підприємства та визначення рівня фінансового потенціалу підприємства, а закінчується побудовою кривої фінансового потенціалу підприємства за результатами розрахунку фінансових показників та визначення рівня фінансового потенціалу підприємства. Тобто, на даному етапі ми зіставляємо

значення, що були отримані в результаті аналізу із значеннями, які характеризують рівень фінансового потенціалу підприємства та заносимо дані в таблицю. Якщо з'єднати отримані значення однією лінією – отримуємо криву фінансового потенціалу підприємства досліджуваного підприємства за фінансовими показниками [55-57].

4. Етап оцінювання фінансового потенціалу підприємства за можливістю залучення додаткового капіталу. Рівень ФПП на даному етапі буде характеризуватись ступенем привабливості компанії для інвесторів.

5. Етап оцінювання фінансового потенціалу підприємства за наявністю ефективного механізму управління фінансами (рис. 1.15).

Високий рівень ФПП	•Наявність на підприємстві системи бюджетного планування
Середній рівень ФПП	•Наявність на підприємстві системи планових звітів
Низький рівень ФПП	•Наявність на підприємстві системи планування коефіцієнтним методом

Рисунок 1.15 – Рівні фінансового потенціалу підприємства за наявністю ефективного механізму управління фінансами.

6. Останній етап базується на комплексній оцінці фінансового потенціалу підприємства та конкретизує значимість кожної складової.

Наглядно концепцію оцінки ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства зображено на рисунку 1.16.

У процесі дослідження визначено, стійким фундаментом для оцінювання фінансового потенціалу підприємства є аналіз фінансового стану на підставі комплексу оцінок фінансових показників. Таким чином, розрахунки аналізу фінансового потенціалу підприємства потрібно проводити на основі аналізу його фінансових ресурсів. Виходячи з цього, оцінку фінансових ресурсів підприємства можна класифікувати за такими критеріями, як рівень ділової активності,

фінансової стійкості та ліквідності, що характеризуються відповідними показниками та дають можливість комплексно оцінити ефективність управління фінансовими ресурсами підприємства.

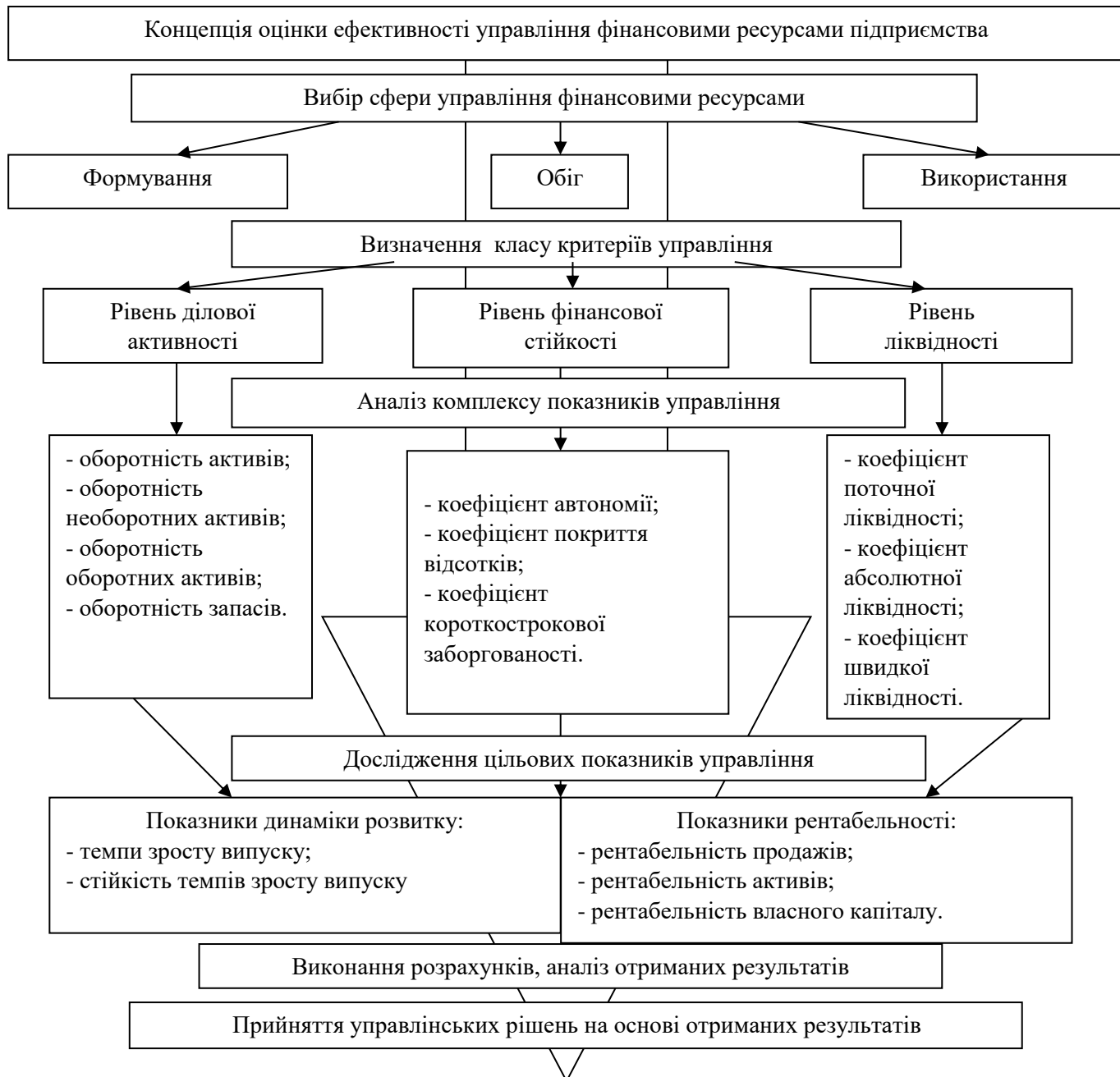


Рисунок 1.16 – Концепція оцінки ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства [67]

Отже, для оцінювання фінансового потенціалу підприємства необхідно проаналізувати ефективність формування, обігу та використання його фінансових

ресурсів. Отримані результати дозволяють вибрати основні напрями для покращення ефективності діяльності підприємства, виробити нову стратегію, що допоможе мінімізувати втрати та фінансові ризики. Таким чином, концепція оцінки фінансових ресурсів характеризує здатність трансформації фінансових ресурсів у майбутні результати діяльності підприємства. Проте, разом з цим, не слід забувати про всі можливі підходи та методи, що можуть позитивно вплинути на фінансовий потенціал підприємства та ефективність його управління. Адже, фінансовий потенціал – це складна, динамічна система, яка включає багато взаємообумовлених елементів, які можливо повноцінно дослідити лише комплексним підходом.

Висновки до першого розділу

В першому розділі магістерської кваліфікаційної роботи було проаналізовано теоретико – методичні аспекти дослідження фінансового потенціалу підприємства та системи управління ним.

Насамперед, було розглянуто сутність та поняття «потенціал» в науковій літературі, його походження та подальша еволюція, в результаті чого можна стверджувати, що дане поняття є досить багатозначним, а його сутність напряду залежить від рівня (держава, суспільство, людина, підприємство) на якому воно вживається та галузі, в якій воно застосовується (фізика, економіка, фінанси, т.д.). Також було узагальнено основні підходи до визначення сутності поняття «потенціал», а саме: ресурсний (характеризується сукупністю ресурсів); виробничий (визначається потенціалом виробничих сил); цільовий (розглядається як здатність ресурсів досягати поставлених цілей); та проведено повну класифікацію потенціалу за головними і другорядними ознаками.

Далі, було досліджено термін «фінансовий потенціал» (сутність, передумови виникнення, ототожнення). Було визначено, що даний термін виник та ввійшов у використання в кінці ХХ ст., як здатність економіки та економічних суб'єктів використовувати ресурси для реалізації власного потенціалу, презентації власних можливостей та досягнення динамічного розвитку. Дослідження праць науковців

дозволили окреслити такі підходи до визначення сутності терміну «фінансовий потенціал», як ресурсний (характеризується сукупністю фінансових ресурсів) та підхід з точки зору сукупності відносин і можливостей підприємства, в результаті якого було виявлено, що поняття «фінансовий потенціал» та «фінансові ресурси» є близькі за змістом, проте вони не є ідентичними.

Було проведено дослідження економічного потенціалу підприємства та фінансового потенціалу як однієї із головних його складових. Детальніше було схематично зображено структуру та місце фінансового потенціалу у системі економічного потенціалу підприємства та розглянуто джерела формування фінансового потенціалу та фактори впливу на нього, що підтвердило, що основою формування фінансового потенціалу є фінансові ресурси. Наступним, був проведений поетапний аналіз формування фінансового потенціалу підприємства та моніторинг принципів і напрямів, на яких має базуватися організація його системи управління. Таким чином була представлена концепція системи управління фінансовим потенціалом підприємства.

Вищеописані дослідження підтвердили, що у трактуванні поняття «потенціал» та «фінансовий потенціал» досі переважає однобічний підхід. Їх визначають або як сукупність ресурсів, або як можливості виробничих сил, або як здатність системи досягати певного результату.

У останньому підрозділі було проаналізовано структуру та методи оцінювання фінансового потенціалу підприємства. Для початку, було розібрано складові оцінки фінансового потенціалу підприємства, її види та суб'єкти, що можуть бути зацікавлені в такому дослідженні. Було запропоновано загальну концепцію оцінки фінансового потенціалу, розглянуто базові принципи її формування та комплекс методів оцінювання. Проведений аналіз етапів оцінювання фінансового потенціалу підприємства показав, що для оцінювання фінансового потенціалу підприємства потрібно провести аналіз фінансового стану на підставі комплексу оцінок фінансових показників. Таким чином, розрахунки аналізу фінансового потенціалу підприємства необхідно проводити на основі аналізу його фінансових ресурсів.

Виходячи з цього, було удосконалено концепцію оцінки ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства.

Отже, було зроблено висновок, що фінансові ресурси підприємства є основою формування його фінансового потенціалу, що, в свою чергу, є одним із головних складових економічного потенціалу. Таким чином, концепція оцінки фінансових ресурсів характеризує здатність трансформації фінансових ресурсів у майбутні результати діяльності підприємства. Проте, разом з цим, не слід забувати про всі можливі підходи та методи, що можуть позитивно вплинути на фінансовий потенціал підприємства та ефективність його управління. Адже, фінансовий потенціал – це складна, динамічна система, яка включає багато взаємообумовлених елементів, які можливо повноцінно дослідити лише комплексним підходом.

Тому, вважаємо доцільним провести більш повноцінне дослідження фінансового потенціалу підприємства, а саме, крім показників фінансової стійкості, ліквідності, рентабельності, оборотності та ділової активності, проаналізувати показники ймовірності банкрутства досліджуваного підприємства, визначимо його вартість як майнового комплексу, знайти Гудвіл та тип політики фінансування. Таким чином, буде комплексне дослідження фінансового потенціалу підприємства та всіх можливих його загроз і ризиків, що дозволить знайти напрями вдосконалення управління фінансовим потенціалом підприємства та загалом сприятиме його подальшому розвитку.

2 ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ДОЧІРНЬОГО ПІДПРИЄМСТВА «КОНДИТЕРСЬКА КОРПОРАЦІЯ РОШЕН» КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

2.1 Оцінювання кондитерської промисловості: тенденції, проблеми, перспективи

В цьому розділі досліджується сучасний стан української кондитерської галузі, її розвиток та перспективи. А також аналізується обране нами підприємство, його основні показники господарської діяльності та проблеми.

Кондитерські вироби - солодощі, з високою харчовою цінністю, яскравим візуальним оформленням і унікальним ароматом. Основна сировина для приготування продукції — це цукор і його замітники, наприклад, мед. До складу виробів найчастіше входять такі інгредієнти: борошно, молоко, жири, какао, горіхи, харчові барвники.

Кондитерські вироби поділяють на три групи:

1. Цукристі – ця група включає в себе карамельні цукерки, ірис, зефір, пастила, східні солодощі, желейні цукерки та ін;
2. Шоколадні – батончики, плитки шоколаду; шоколадні цукерки та ін.;
3. Борошняні – торти, тістечка, пряники, вафлі, бісквіти, печиво та ін.

Згідно зі статистикою [68], 6 кг шоколаду в рік з'їдає житель Західної або Центральної Європи. Аналіз ринку кондитерських виробів в Україні демонструє, що українці споживають шоколад та інші солодощі в кілька разів менше — близько 1,3-1,4 кг.

Однак цифри свідчать не про відсутність популярності солодощів в Україні, а про важку економічну ситуацію.

Українська кондитерська галузь в останні роки сильно змінилася. Головними чинниками негативного впливу на кондитерський ринок є девальвація національної валюти, спад купівельної спроможності населення, військовий конфлікт на сході України, а також закриття традиційних ринків збуту в країнах – членах СНД.

Багато підприємств втратили свої потужності на сході країни, що призвело до внутрішнього перерозподілу галузі.

Але, незважаючи на несприятливу економічну ситуацію в країні, українці повністю не зможуть відмовитися від кондитерських виробів, вони переорієнтуються на менш дорогу продукцію. Кондитерські підприємства повинні врахувати це та збільшити обсяги виробництва продукції низької та середньої цінових категорій, адже від них напряду залежить їх прибуток.

В умовах кризи та жорсткої конкуренції, задля заохочення і утримання споживачів підприємства кондитерської галузі знаходять нові напрямки і способи розвитку., а саме: диверсифікують виробництво, удосконалюють маркетингову та цінову політики, проводять пошук нових ринків збуту (переважно за рахунок експорту) , освоюють виробництво некондитерської продукції (снеки, кава і тд.). А також виробники солодошів роблять все можливе для здешевлення своєї продукції: змінюють упаковку і рецептуру, розширюють асортимент за рахунок борошняних і цукристих виробів.

Щоб компенсувати втрату ринку СНГ українські кондитери стали відходити від принципу «ми продаємо те, що виробляємо» і почали адаптуватися та підлаштовуватись до запитів споживачів локальних ринків. А це показує, що Україна, з кожним роком, відходить від стандартів ССРСР та розвивається як сучасна конкурентоспроможна держава.

Зважаючи на широкий асортимент солодошів, було проаналізовано динаміку виробництва та реалізації кондитерської продукції по чотирьох основних товарних групах:

1. виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання;
2. виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання;
3. виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів;
4. виробництво цукру.

Згідно з даними сайту комітету Державної статистики України [69], динаміку кількості вироблених борошняних кондитерських виробів протягом останніх трьох років було занесено у таблицю 2.1.

Зокрема, якщо порівнювати виробництво тортів та інших кондитерських хлібобулочних виробів з додаванням підсолоджувальних речовин у 2017 р. і 2018р., то можемо чітко спостерігати, що абсолютне відхилення становить 1965т., а відносне – 1,82%, тобто, у 2018 році дане виробництво зменшилось проти 2017 року; якщо порівнювати 2018 р. і 2019 р., спостерігаємо значне покращення виробництва, а саме абсолютне відхилення склало 542 т., а відносне – 0,51%, тобто, у 2019 році виробництво зросло, проте якщо порівнювати 2019 р. і 2017 р., то бачимо, що за три роки виробництво тортів та інших кондитерських виробів з додаванням підсолоджувальних речовин все таки зменшилося: абсолютне відхилення склало 1423 т, а відносне – 1,32%.

Таблиця 2.1 – Кількість виробленої промислової продукції за 2017-2019 роки

Найменування продукції за номенклатурою промисловості	2017	2018	2019	Відхилення					
				Абсолютне			Відносне		
				2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017	2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017
1. Торти і вироби кондитерські; вироби хлібобулочні інші з додаванням підсолоджувальних речовин	107888	105923	106465	-1965	542	-1423	-1,82	0,51	-1,32
2. Пряники та вироби аналогічні	32845	29339	29348,2	-3506	9,2	-3496,8	-10,6744	0,03135	-10,646

Продовження таблиці 2.1

3. Печиво солодке, вафлі та вафельні облатки, частково чи повністю покриті шоколадом або іншими сумішами що містять какао	34835	37155	37801,8	2320	646,8	2966,8	6,659968	1,74081	8,51672
4. Печиво солодке (включаючи сендвіч-печиво; крім частково чи повністю покритих шоколадом або іншими сумішами, що містять какао)	176886	170687	158863	-6199	-11824	-18023	-3,50452	-6,9273	-10,189
5. Вафлі та вафельні облатки (включаючи солоні; крім частково чи повністю покритих шоколадом або іншими сумішами, що містять какао)	51045	51177	52600,5	132	1423,5	1555,5	0,258595	2,78152	3,04731
6. Печиво (крім частково чи повністю покритих шоколадом або іншими сумішами, що містять какао, печива солодкого, вафель та вафельних облаток)	50357	52622	58789,9	2265	6167,9	8432,9	4,497885	11,7211	16,7462
Всього	402811	395726	391268	-7085	-4458	-11543	-1,75889	-1,1265	-2,8656

Щодо пряників та аналогічних виробів бачимо, що: у 2018 році, порівнюючи з 2017 р., їх виробництво зменшилось на 3509 т., або на 10,67%; у 2019 році, порівнюючи з 2018 р., виробництво перестало йти на спад і підвищилось на 9,2 т., або на 0,03 %; якщо ж порівнювати 2019 р. і 2017 р., то за три роки помітно, що виробництво значно зменшилось на 3496,8 т., або на 10,65%. Також помітно зменшилось виробництво солодкого печива (включаючи сандвіч-печиво) без шоколаду або какао, а саме: порівнюючи 2018 р. та 2017 р., абсолютне відхилення становило 6199 т., а відносне – 3,5%; порівнюючи 2019 р. та 2018 р., абсолютне – 11824 т., відносне – 6,9%. Загалом за три роки дане виробництво зменшилось з 176886 т. до 158863 т., тобто, на 18023 т., або більш ніж 10%.

Якщо розглядати випуск солодкого печива, вафель та вафельних облатків з шоколадом або какао, то картина така: в порівнянні з 2017 р., протягом 2018 р. їх виробництво зросло на 2320 т. (6,65%), протягом наступного 2019 року виробництво далі зростало і піднялось до 37801,8 т., тобто збільшилось на 646,8т. (1,7%) в порівнянні з 2018 р., а порівнюючи з 2017 р. – на 2966,8 т. (8,52%). Також стабільно зростало виробництво вафель, вафельних облатків та печива (уключаючи солоні) без шоколаду або какао. Так, за три роки їх випуск зріс від 51045 т. та 50357 т. до 52600,5 т. та 58789,8 т. відповідно. Тобто, виробництво у 2019 році, в порівнянні з 2017 р., збільшилось на 3,05% та 16,7% відповідно.

Тож, приходимо до висновку, що зараз дешеві товарні групи продукції займають більшу частку у структурі виробництва борошняних кондитерських виробів (рис.2.1).

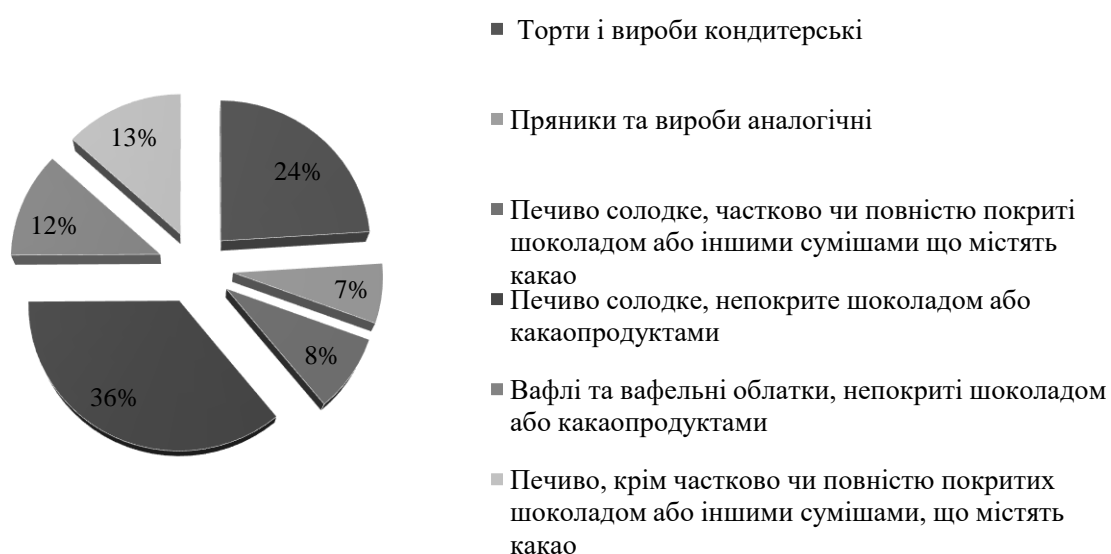


Рисунок 2.1 – Структура виробництва основних борошняних кондитерських виробів у 2019 році

Побудувавши діаграму, було встановлено, що у 2019 році найбільше було вироблено печива солодкого, непокритого шоколадом або какао продуктами – 36%; торти та кондитерські вироби з додаванням підсолоджувачів зайняли 24% ; несолодке печиво, непокрите шоколадом або какао продуктами – 13%; вафлі та вафельні облатки, непокриті шоколадом або какао продуктами – 12%. Дещо

дорожча продукція, зокрема печиво солодке та вафлі, покриті шоколадом або какао продуктами, становить 8%.

Продовжуючи наше дослідження, проведемо аналіз обсягів реалізації виготовленої кондитерської продукції за 2017-2019 роки (табл. 2.2). Для цього співставимо дані по чотирьох основних товарних групах:

1. виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання;
2. виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання;
3. виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів;
4. виробництво цукру.

За даними Державної служби статистики України [69], кількість реалізованих борошняних кондитерських виробів нетривалого зберігання у 2017 році становила 107758 млн.грн; у 2018 році вона зросла на 11030,9 млн.грн, або на 10,24%; у 2019 році реалізували виробів на 12,18% більше, ніж у попередньому, тобто, на 14464,4 млн.грн. Загалом за три роки реалізація борошняних виробів нетривалого зберігання стабільно зростала. Також збільшувалась і реалізація борошняних кондитерських виробів тривалого зберігання. Так, у 2017 р. було реалізовано виробів на суму 80378,5 млн.грн.; у 2018 р. – 89387,1 млн.грн, тобто на 9008,6 млн.грн (11,21%) більше; у 2019 році – 96497,6 млн.грн, тобто на 7110,5 млн.грн (7,95%) більше, ніж в попередньому році. Загалом за три роки кількість реалізованої борошняної продукції тривалого зберігання збільшилась на 16119,1 млн.грн, або на 20,05%. Відбулось і збільшення реалізації цукрових кондитерських виробів зі вмістом какао та шоколаду: у 2017 році було реалізовано продукції на суму 106395 млн.грн.; у 2018 році – на 18,42% (19592,9 млн.грн) більше; у 2019 р. – на 7,73% (9734 млн.грн.) більше, ніж у попередньому році. Загалом, порівнюючи реалізовану продукцію у 2019 р. та 2017 р., то чітко помітний зріст з 106395 млн.грн до 135722 млн.грн., тобто за три роки реалізація продукції зі вмістом какао та шоколаду збільшилась на 27,56%.

Кількість виробленого реалізованого цукру за останні три роки мала тенденцію до спаду. У 2017 році цукру було реалізовано на суму 87932,2 млн.грн., у 2018 р. ця сума зменшилась на 6,57%, або 12014 млн.грн.; у 2019 р. реалізація цукру і далі йде на спад – з 82152,6 млн.грн. у 2018 р., до 70138,6 млн.грн., тобто, на 14,62%. Всього за три роки реалізація цукру зменшилась на 20,24%, або на 17794 млн.грн. Вважаємо, що це пов'язано зі скороченням виробництва цукру в Україні та збільшенням попиту на менш солодкі кондитерські вироби.

Таблиця 2.2 – Обсяг реалізованої кондитерської продукції за 2017-2019 роки (млн.грн. без ПДВ та акцизу)

Найменування продукції	2017	2018	2019	Відхилення					
				Абсолютне			Відносне		
				2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017	2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017
Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання	107758	118789	133253	11030,9	14464,4	25495,3	10,24	12,18	23,66
Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання	80378,5	89387,1	96497,6	9008,6	7110,5	16119,1	11,21	7,95	20,05
Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів	106395	125988	135722	19592,9	9734	29326,9	18,42	7,73	27,56
Виробництво цукру	87932,2	82152,6	70138,6	-5779,6	-12014	-17794	-6,57	-14,6	-20,24

Продовження таблиці 2.2

Всього	382464	416317	435612	33853	19295	53148	8,85	4,63	13,90
--------	--------	--------	--------	-------	-------	-------	------	------	-------

Щодо обсягів експорту реалізованої кондитерської продукції можемо спостерігати наступну ситуацію (табл.2.3).

Таблиця 2.3 – Обсяги експорту реалізованої кондитерської продукції за 2017-2019 роки (млн.грн. без ПДВ та акцизу)

Найменування продукції	2017	2018	2019	Відхилення					
				Абсолютне			Відносне		
				2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017	2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017
Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання	1318,1	656,6	981,6	-661,5	325	- 336,5	- 50,19	49,50	- 25,53
Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання	14363,5	25009,3	23894	10645,8	-1115,3	9530,5	74,12	- 4,46	66,35
Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів	35196,9	39986,2	44847,8	4789,3	4861,6	9650,9	13,61	12,16	27,42
Виробництво цукру	11554	9582,8	6331,6	-1971,4	-3251,2	-5222,6	- 17,06	- 33,9	- 45,20
Всього	62433	75235	76055	12802,2	820,1	13622	20,51	1,09	21,82

Кількість реалізованих борошняних кондитерських виробів тривалого та нетривалого зберігання немає стабільної тенденції. Порівнюючи 2018р. та 2017 р., виробництво продукції нетривалого зберігання зменшується на 50,19%, або на 661,5 млн.грн., а от кількість продукції тривалого зберігання, навпаки, збільшується на 74,12%, або на 10645,8 млн.грн. Далі, протягом 2019 р. продукція нетривалого використання починає зростати – на 49,50% (325 млн.грн.) більше, ніж в попередньому році. А вироби тривалого зберігання, навпаки, починають йти на спад – з 25009,3 млн.грн. у 2018 р. до 23894 млн.грн. у 2019 р., тобто зменшились на 4,46% (1115,3 млн.грн.). Тож, за три роки кількість реалізованої продукції нетривалого зберігання загалом зменшилась на 25,53% (336,5 млн.грн.), а кількість виробів тривалого зберігання, навпаки, підвищилась загалом на 66,35% (9530,5 млн.грн.).

Якщо говорити про кількість реалізованих цукрових кондитерських виробів зі вмістом шоколаду та какао, то можемо спостерігати тенденцію до підвищення. Так, за 2018 рік кількість зросла на 13,61% (4789,3 млн.грн.), а за 2019 рік – піднялась іще на 12,16% (4861,6 млн.грн.). Отже, загалом у 2019 році було експортовано цієї продукції на 27,42% (9650,9 млн.грн.) більше, ніж у 2017 році.

Щодо реалізації цукру спостерігаємо зворотню тенденцію: у 2018 році відсоток зменшення експорту склав 17,06% (1971,4 млн.грн.), у 2019 році – 33,93% (3251,2 млн.грн.). Тобто, за три роки експорт цукру зменшився на 45,20%, або на 5222,6 млн.грн. Вважаємо, що причинами скорочення відвантажень є підвищення цін на цукор на Лондонській біржі, політичні зміни країн-партнерів, а також велика кількість логістичних проблем.

Для кращого розуміння, за даними таблиць 2.2 – 2.3, було створено наступну діаграму (рис.2.2). Згідно неї можемо зробити висновок, що за останні три роки обсяги реалізованої кондитерської продукції, в тому числі виробленої на експорт, збільшилися і мають тенденцію до подальшого зростання.

Лідерами з виручки у 2019 році виявилися такі кондитерські підприємства, як «Кондитерська корпорація РОШЕН», ПРАТ «Монделіс Україна», ТОВ «Ферреро Україна», «АВК Конфекціонері», "Малбі Фудс", інші.

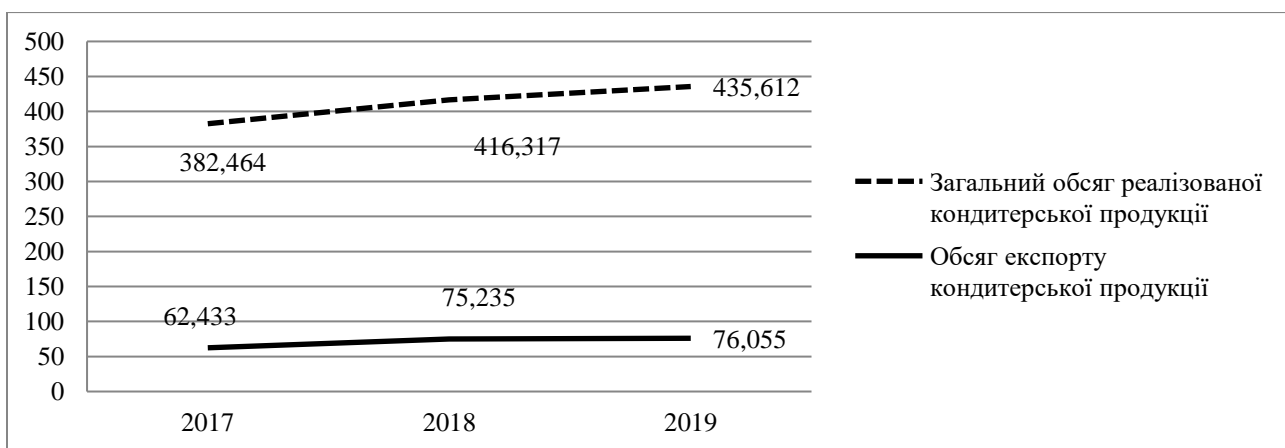


Рисунок 2.2 – Структура обсягів реалізованої кондитерської продукції
(млрд.грн. без ПДВ та акцизу)

Зараз на ринку кондитерських виробів працюють близько 800 підприємств. Згідно Додатку В, в порівнянні серед них 25 компанії є великими. При цьому, близько половини всього ринку контролює ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН», адже виручка цього підприємства за 2019 рік склала 17 млрд.грн. Великими гравцями кондитерської галузі можна назвати і ПРАТ «Монделіс Україна» (виручка 6,5 млрд.грн за 2019 р.); ТОВ «Ферреро Україна» та ТОВ «АВК Конфекціонері» (виручка – 2,5 млрд.грн в кожній з компаній); ТОВ «Малбі Фудс» (2 млрд.грн); ВКФ РОШЕН (1,5 млрд.грн), яким належать 17, 7, 7 та 5% ринку відповідно (рис.2.3). Такі кондитерські підприємства як ТОВ «МИР», ПРАТ «АВК ДНПРО» та ПРАТ «Домінік» отримали виручку за 2019 р. в сумах 800, 700 та 550 млн. грн. відповідно. Інші підприємства кондитерської промисловості отримали виручку значно меншу. Так, ТОВ «Шполянська кондитерська фабрика» та ТОВ «Кондитерська фабрика Дружківська» отримали по 400 млн. грн. за 2019 р.; ТОВ «Три стар», ПРАТ «Харків'янка» та ТОВ «Кріолід-Д» – 350 млн. грн.; ПРАТ «Кременчуцька кондитерська фабрика РОШЕН», ТОВ «А.В.К. Київ», ТОВ «Нові ласощі – Житомир» та ТОВ «Кондитерська фабрика СТИМУЛ» – близько 300 млн. грн. виручки за 2019 рік у кожного з підприємств; найменше виручки, 150-200 млн. грн., отримали такі українські кондитерські фабрики як ТОВ «ЖАКО», ПРАТ «Запорізька кондитерська фабрика», ТОВ «Східні Ласощі», ТОВ «Продовольча

компанія Ясен», ПРАТ «Родина», ТОВ «Український кондитер» та ТОВ «РОШЕН Ексклюзив».

Компанії, які ми бачимо на рис. 2.3, також активно займаються зовнішньоекономічною діяльністю. Тож саме вони представляють українського виробника кондитерської галузі на зовнішніх ринках та докладають немалі зусилля для залучення іноземних інвестицій в нашу країну.

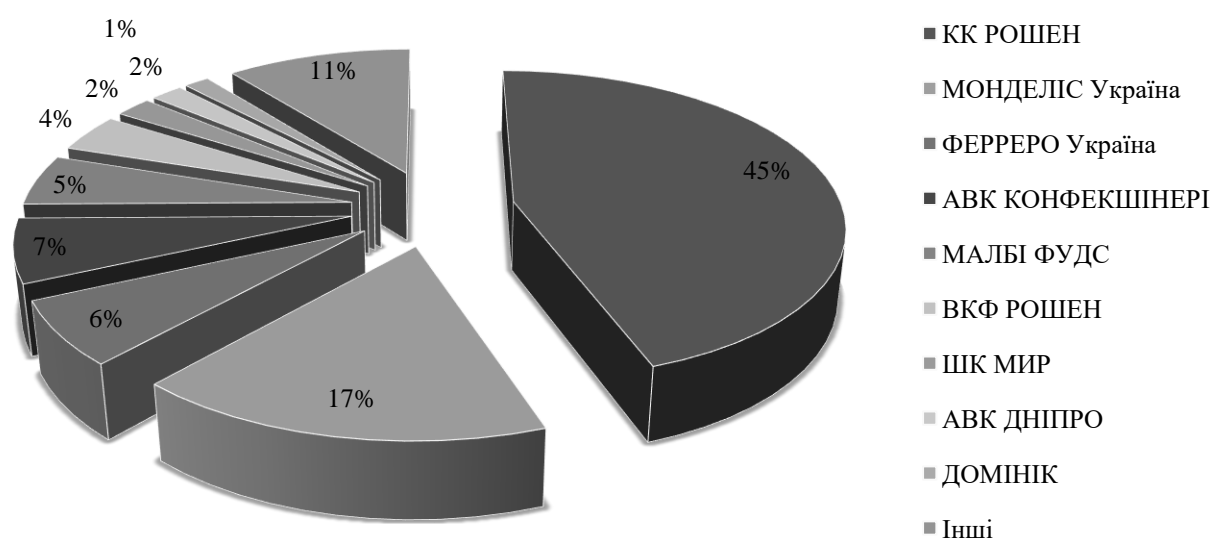


Рисунок 2.3 - Розподіл часток ринку найбільших підприємств кондитерської галузі 2019 рік, %

Згідно даних Додатка Б можемо проаналізувати структуру експорту українських кондитерів (рис.2.4). Зокрема можемо побачити, що ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» і тут отримала лідерство над іншими підприємствам. Виручка від експорту цієї компанії у 2019р. склала 2,5 млрд. грн., або 66% від загальної виручки від експорту серед всіх кондитерських підприємств. Сильно відстають ПРАТ «Монделіс Україна» та ТОВ «АВК Конфекціонері» (їх виручка від експорту склала по 200 млн. грн.), проте сміливо займають 2 місце серед представників української продукції, адже цим компаніям належить по 5%, що в порівнянні з іншими компаніями, крім ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН», досить велика частка. ТОВ «Шполянська кондитерська фабрика», ПРАТ

«АВК Дніпро», ТОВ «Три Стар» та ТОВ «Дружківська» отримали 150, 75, 65 та 60 млн. грн. виручки відповідно (4,2,2, та 2 % відповідно). Інші мали виручку від експорту у 2019 році нижчу: ТОВ «Малбі Фудс» та ПРАТ «Домінік» – 55 млн. грн.; ПРАТ «Харків'янка» – 40 млн.грн.; ТОВ «Кріоліт-Д» – 35 млн.грн.; ПРАТ «Запорізька кондитерська фабрика» – 25 млн. грн.; ТОВ «Східні Ласощі» та ТОВ «МИР» – 15 -20 мл.грн.; ТОВ «Продовольча компанія Ясен», ТОВ «Стимул», ТОВ «А.В.К.Київ» та ПРАТ «Родина» отримали виручку нижчу ніж 10 млн.грн.; інші ж підприємства не отримали виручки від експорту взагалі, тобто не експортували свою продукцію за кордон.

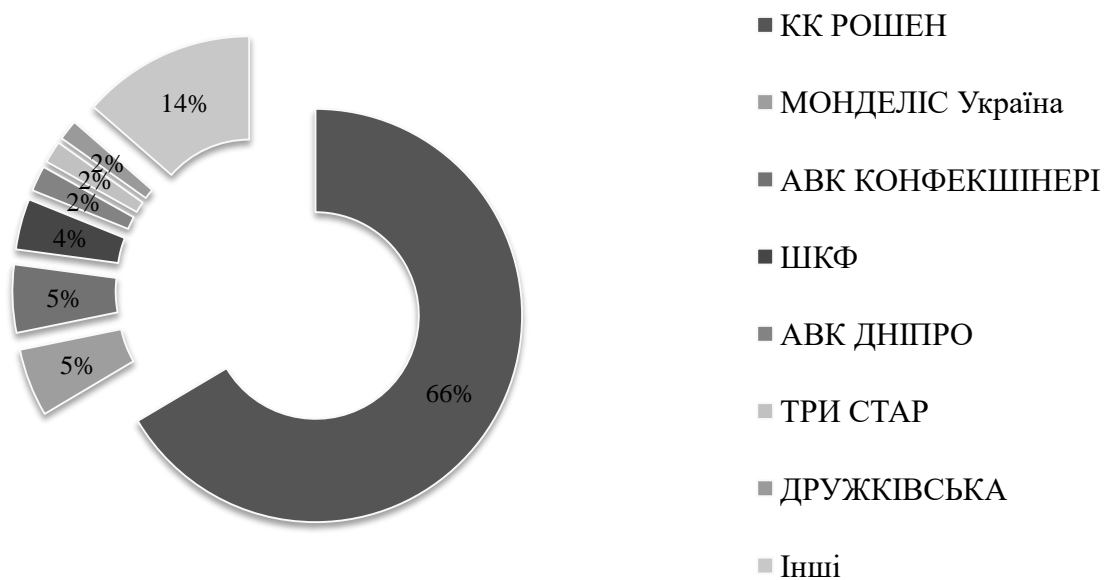


Рисунок 2.4 - Структура експорту підприємств кондитерської продукції, %

Безумовно, українські виробники складають там не зовсім помітну конкуренцію, адже обороти українських кондитерів в рази нижче виручки світових гігантів індустрії.

Втім, в щорічний рейтинг 2016 року найбільших у світі виробників солодоців Global Top 100 одного з найавторитетніших видань в кондитерській галузі CandyIndustry увійшли відразу три українські компанії: «РОШЕН», Konti Group і «АВК» [70].

Таким чином, переконуємось, що кондитерська промисловість має тенденцію до зростання виробництва за останні роки. Це означає, що дана галузь є досить прибутковою, тому слід очікувати, що обсяги виробництва та реалізації продукції кондитерської промисловості в наступних роках може вирости, це в свою чергу стане поштовхом до виникнення жорсткої конкурентної боротьби за право впливати на кондитерський ринок. Проте в сучасний період стрімкого розвитку, в умовах євроінтеграції, при постійних змінах внутрішнього та зовнішнього середовищ практично неможливо дати чіткий прогноз на майбутнє. Та, згідно з проведеним дослідженням, різкого підвищення або падіння продукції кондитерського виробництва в майбутньому не очікується.

2.2 Загальна характеристика і аналізування виробничо-господарської діяльності дочірнього підприємства «Кондитерська корпорація РОШЕН»

Дочірнє підприємство «Кондитерська корпорація РОШЕН» було засновано в 1998 році (табл. 2.2). На даний час керівником та представником ДП «КК РОШЕН» є Осіяненко Геннадій Леонідович. Розмір статутного капіталу – 1000,00грн. Основним видом діяльності є виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів.

На сьогодні компанія об'єднує 4 кондитерські фабрики [70]:

1. Київська кондитерська фабрика (табл.2.5)

Таблиця 2.5 – Основна інформація Київської кондитерської фабрики

Кількість працівників	Продуктивність	Виробництво
Близько 800	100 т. на добу	Орієнтоване на виготовлення тортів, тістечок, кексів, мармеладу, пастили, зефіру, печива та крекерів, а також коробкових цукерок «Київ Вечірній».

2. Вінницька кондитерська фабрика – один із лідерів серед кондитерських підприємств України (табл.2.6).

Таблиця 2.6 – Основна інформація про Вінницьку кондитерську фабрику

Кількість працівників	Продуктивність	Виробництво
Понад 1500	100 тис.т на рік	Близько 200 найменувань кондитерських виробів, серед них різні види шоколаду (повний спектр усіх сортів класичного шоколаду, з включеннями та без, три сорти пористого шоколаду, міні плитки з різними смаками та включеннями, більше 20 видів порожніх шоколадних фігур та шоколад із різними начинками), борошняних виробів (різні сорти цукрового та здобного печива, бісквітні рулети, глазуровані та неглазуровані вафлі, вафельні трубочки) та широкий асортимент цукерок (в тому числі цукерки в коробках). Також тут випускається понад 50 видів сувенірних наборів і більше 40 видів новорічних подарунків, що складаються з продукції з усіх підприємств корпорації.

3. Клайпедська кондитерська фабрика – перший виробничий майданчик корпорації на території ЄС (табл.2.7).

Таблиця 2.7 – Основна інформація про Клайпедську кондитерську фабрику

Кількість працівників	Продуктивність	Виробництво
Понад 120	Більше 1000 т. на місяць	Спеціалізується на виробництві карамельної продукції

4. Кременчуцька кондитерська фабрика (табл.2.8).

Таблиця 2.8 – Основна інформація про Кременчуцьку кондитерську фабрику

Кількість працівників	Продуктивність	Виробництво
Близько 500 чоловік	300 т. на добу	Фабрика є єдиним українським виробником льодяникової карамелі з порошковою шипучою начинкою. Аналогів в Україні немає й у молочної льодяникової карамелі “Lazy Cow”. Останньою новинкою фабрики стала льодяникова карамель на паличці “LolliPops”. Всього в асортименті налічується більше 35 найменувань.

Оскільки Кондитерська Корпорація РОШЕН у рейтингу Global Top-100 CandyIndustry посідає 27-те місце, а також РОШЕН виробляє понад 320 найменувань високоякісних кондитерських виробів та є безумовним лідером в кондитерській галузі, не дивно, що саме це підприємство стало об'єктом нашого дослідження.

В асортимент всієї корпорації входять шоколадні та желейні цукерки, карамель, ірис, шоколадні плиточки та батончики, печиво, вафлі, бісквітні рулети, тістечка та торти (рис. 2.5).



Рисунок 2.5 – Структура асортименту КК РОШЕН

Найбільша частка асортименту компанії належить карамелі та цукеркам на вагу – 28% від загального обсягу (або близько 90 видів); друге місце по кількості класифікацій належить шоколадним плиточкам та батончикам, їх є 75 видів, тобто 24% від загальної кількості; 16% (або близько 50 видів) займають вафлі та печиво фасоване; по 30 видів (або 9%) мають цукерки в коробках та фасована карамель; іще 7 % (або 21 вид) належить печиву та вафлям на вагу; 4% (12 видів) – бісквіти та рулети; і близько 3% від загальної кількості (або 11 видів) займають торти (серед них найбільш відомі торт «Київський», «Грильяж», «Горіховий», «Естерхазі»,

«Празький», «Трюфельний», «4 стихії», «Шоколадна симфонія», «Наполеон»). Деякі з них не мають аналогів на ринку України.

Загальний обсяг виробництва продукції сягає близько 300 тисяч тон на рік. Кондитерські вироби «РОШЕН» виготовлені за найсучаснішими технологіями. Експлуатація сучасного високовиробничого обладнання, чітке дотримання рецептури, використання виключно високоякісної сировини та матеріалів є запорукою головних переваг продукції корпорації.

До складу Корпорації входять українські фабрики (Київська, Кременчуцька, Бориспільська та два виробничі майданчики у Вінниці), Клайпедська кондитерська фабрика (Литва), Vonbonetti Choco Kft (Будапешт, Угорщина), а також Вінницький молочний завод, який забезпечує фабрики натуральною високоякісною молочною сировиною .

Також підприємству належать права на 13 об'єктів нерухомості та 10 земельних ділянок по території всієї країни (рис.2.6).

А саме: на Київщині та Вінниччині корпорація має в своєму розпорядженні декілька земельних ділянок, на яких розташовується більша частка володінь компанії – 51 і 28% відповідно. Також невелика земельна ділянка та нерухомість знаходиться у Хмельницькій області – 9%. А у Черкаській, Львівській та Дніпропетровській області ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» має права на об'єкти нерухомості по 4% від загальної кількості.

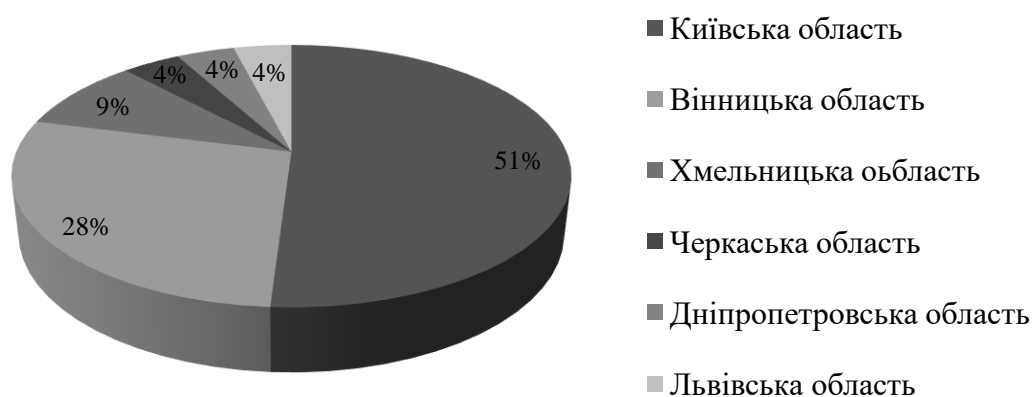


Рисунок 2.6 - Права КК РОШЕН на об'єкти нерухомості та земельні ділянки в країні

Основними джерелами формування майна підприємства є: нерозподілений прибуток; кредити банків; грошові й майнові вкладення членів підприємства; доходи від аукціонів; іноземні інвестиції.

Статутний фонд підприємства представляє суму грошових вкладень всіх учасників. Також на підприємстві створюються амортизаційні й інші фонди. Вся сума амортизаційних відрахувань, згідно чинного законодавства, направляється у фонд для розвитку підприємства.

Прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства після виплати всіх податків і розрахунків з бюджетом, спрямований на створення фондів і виплату дивідендів співвласникам.

Найвищим органом керування корпорації є співвласники підприємства, що складають Генеральну дирекцію ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН».

Керуванням поточною діяльністю підприємства займаються п'ять чоловік на чолі з головою правління, що також є генеральним директором підприємства (детальніше про зв'язки підприємства у додатку В).

Усі кондитерські фабрики корпорації «РОШЕН» забезпечені обладнанням для моніторингу контролю якості продукції та відповідних досліджень. Розробкою технологій і запуском високоякісних кондитерських виробів займаються спеціалісти, які пройшли атестацію та навчання у спеціалізованих іноземних центрах.

У 2007 році на карті «РОШЕН» з'явився ще один об'єкт – логістичний центр у Яготині площею 60 000 кв. м і місткістю до 45 000 тонн готової продукції і сировини. Комплекс оснащено новітньою системою управління товарними потоками Warehouse Management System, що дозволяє оптимізувати логістичні процеси настільки, що загальний час перебування вантажного транспорту на території центру не перевищує однієї години, після чого продукція транспортується по Україні та за кордон.

Довкола логістичного центру створено нові транспортні розв'язки, підведені три залізничні гілки і вісім залізничних під'їздів.

Логістичний центр корпорації є універсальним інноваційним логістичним комплексом, еталонним для всіх галузей промисловості, що використовують палети для складування своєї продукції. Досвід створення в Яготині логістичного центру може бути прикладом для низки національних компаній [70].

Проаналізуємо основні елементи організаційного процесу на досліджуваному підприємстві.

Організаційна структура управління підприємством (далі ОСУ) - це форма розподілу й кооперації управлінської діяльності, у рамках якої здійснюється процес управління за відповідними функціями, спрямованими на рішення поставлених завдань і досягнення намічених цілей [71].

Відношення між елементами структури управління підтримуються завдяки зв'язкам, що прийнято поділяти на горизонтальні і вертикальні. Перші носять характер погодження і є однорівневими. Другі - це відношення підпорядкування. Необхідність в них виникає при ієрархічності побудови системи управління, та є за наявності різноманітних рівнів управління, на кожному з яких переслідується своя мета.

При дворівневій структурі створюються верхні ланки управління (керівництво організацією в цілому) і нижні ланки (менеджери, безпосередньо керуючі роботою виконавців). При трьох і більше рівнях в ОСУ формується так званий середній шар, що в свою чергу може складатися з декількох рівнів [71].

В структурі управління ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» розрізняються лінійні і функціональні зв'язки (рис.2.7).

З наведеної нижче організаційної структури бачимо, що вищим органом управління ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» є Генеральна дирекція. Вона здійснює керівництво поточною діяльністю компанії, створює на власний розсуд відділи та підрозділи, призначає їх керівників, розробляє політику задля збільшення прибутковості та конкурентоздатності корпорації. Загалом організаційна структура корпорації пов'язана між собою лінійними та функціональними зв'язками.

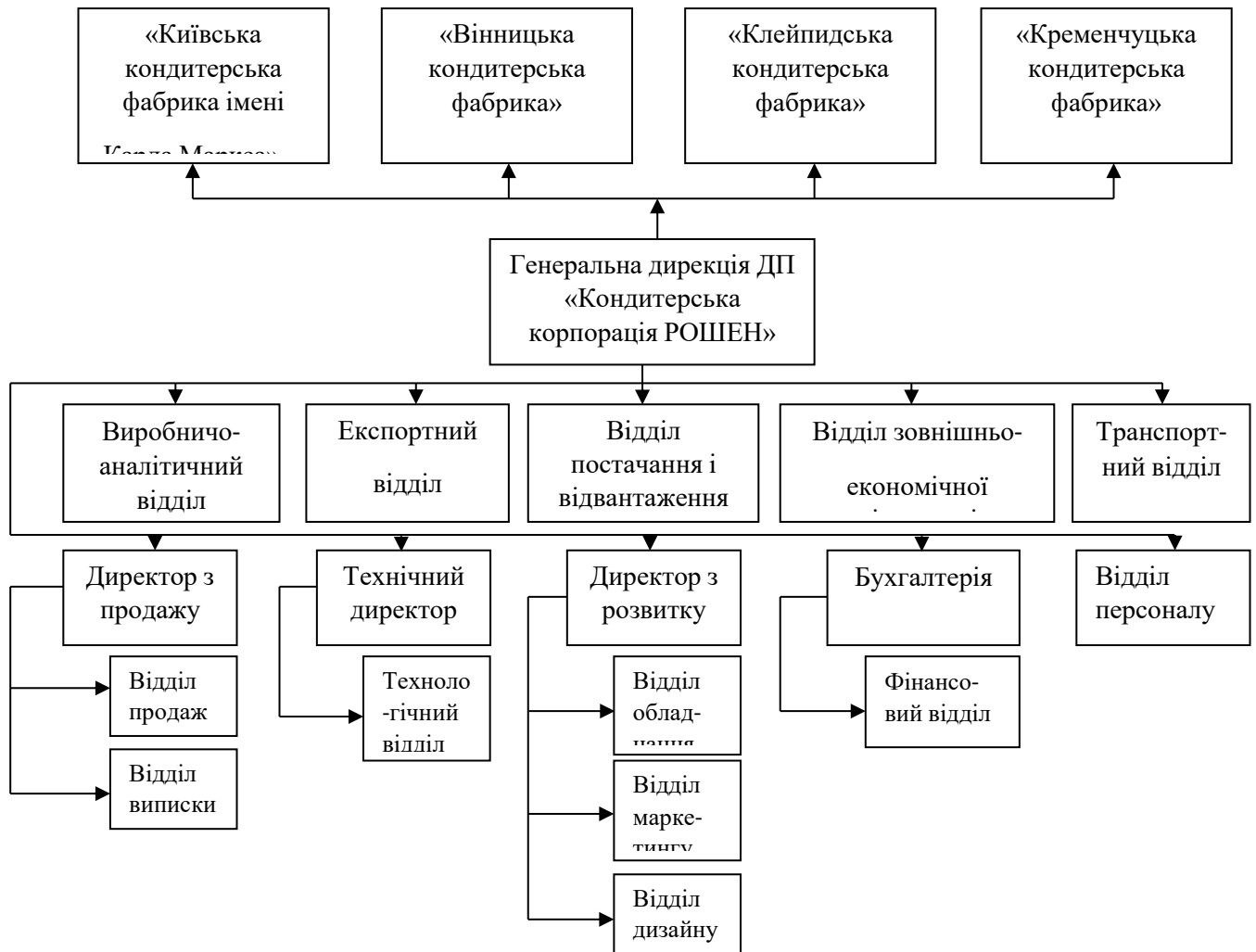


Рисунок 2.7 – Структура КК ROSHEN

Лінійні зв'язки - це відношення з приводу прийняття і реалізації управлінських рішень і руху інформації між так званими лінійними керівниками, які являються особами, що повністю відповідають за діяльність організації або її структурних підрозділів.

Функціональні зв'язки спрягаються з тими або іншими функціями менеджменту. Відповідно використовується таке поняття, як повноваження: лінійного персоналу, штабного персоналу і функціональні. Повноваження лінійних керівників дадуть право вирішувати всі питання розвитку довірених їм організацій і підрозділів, а також віддавати розпорядження, обов'язкові для виконання іншими членами організації (підрозділів). Повноваження штабного персоналу

обмежуються правом планувати, рекомендувати, радити або допомагати, але не наказувати іншим членам організації виконувати їхні розпорядження [71].

До переваг лінійно - функціонального управління можна віднести такі: відсутність суперечливих вказівок; особиста підзвітність виконавця одній особі; стимулювання розвитку компетентності; відповідальність кожного за виконання задачі; спеціалізація діяльності керівників; розширення можливості прийняття конкретних рішень; скорочення часу на рішення технологічних питань виробництва.

Проте існують і недоліки такого керування, а саме: потреба високої кваліфікації керівників, особливо вищестоящих; виконавці, крім своїх основних обов'язків, виконують роботу з обліку і контролю.

2.3 Аналіз фінансового потенціалу підприємства

В першу чергу проаналізуємо динаміку виручки підприємства відповідно до офіційних даних про фінансові результати підприємства та дані про дохід від експорту з офіційного сайту компанії (додатки Г-Д).

На рис. 2.8 спостерігаємо як зросла виручка підприємства (в тому числі від експорту) за останні п'ять років. Протягом 2015-2017 рр. виручка становила 10 600, 11 500 та 12 500 млн. грн відповідно, серед них виручка від експорту у 2015 р. складала 1 500 млн. грн.; у 2016 р. - 2 500 млн. грн.; у 2017 р. – 3 000 млн.грн. У 2018 році дохід піднявся до позначки 14 800 млн. грн, тобто збільшився на 18,4% в порівнянні з 2017 р і майже всю виручку підприємства у цьому році склав дохід від експорту – 13 000 млн. грн., тобто за рік експорт компанії збільшився на 333%. У минулому ж році виручка збільшилась на 12,83% від доходу 2018 р. і дійшла до значення 16 800 млн. грн., проте дохід від експорту різко пішов на спад – лише 2 500 млн. грн було отримано від зовнішньоекономічних операцій, що на 420% менше від попереднього року, та на 20% менше 2017р., відповідно, дохід від експорту компанії став таким, як у 2016 році. Одними з основних факторів скорочення експорту вважаємо несприятливий стан зовнішньоекономічної

кон'юктури, зокрема низькі ціни на сировині товари та погіршення макроекономічної ситуації в окремих країнах – торговельних партнерах компанії.

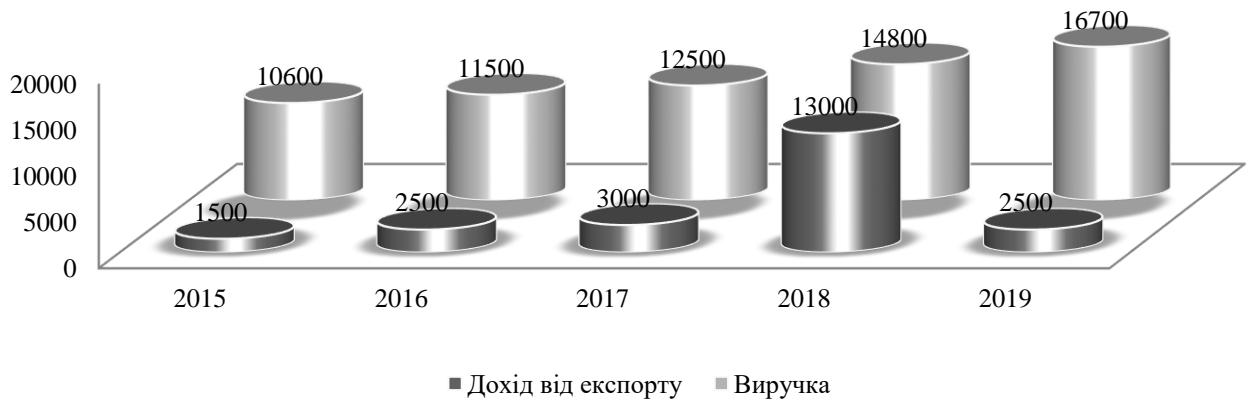


Рисунок 2.8 - Динаміка виручки (в тому числі від експорту)ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за останні 5 років, млн.грн

Аналізуючи досліджуване підприємство можемо прийти до висновку, що воно займає лідируючу позицію серед інших українських виробників в країні і за кордоном. Продукція компанії представлена в Україні, Білорусі, Румунії, Болгарії, Ізраїлі, Грузії, Китаї, Японії, Кореї, Казахстані, Вірменії та багатьох інших країнах.

За даними, які ми отримали на офіційному сайті компанії, можемо зробити висновок, що найбільше продукції на експорт протягом останніх трьох років відправляється в такі країни: Білорусь - у 2017 році туди пішло близько 20% товарів від загального експорту корпорації, а у 2018 році ця цифра піднялась до 30%, проте у минулому році експорт корпорації до Білорусі впав до 15%(рис.2.9).; Польща - у 2017 році отримала 15% від загального експорту підприємства, проте у 2018 році експорт до цієї країни пішов на спад і держава отримала лише 5% товарів, у минулому році за кордон було відправлено більше товарів ніж у 2018-му, проте менше ніж у 2017-му – лише 10%. Постачання українських солодоців до Румунії та Білорусі протягом останніх трьох років йшло майже на одному рівні: у 2017 році обидві країни отримали по 5% від загального експорту компанії; у 2018-му та 2019-му – близько 10% .

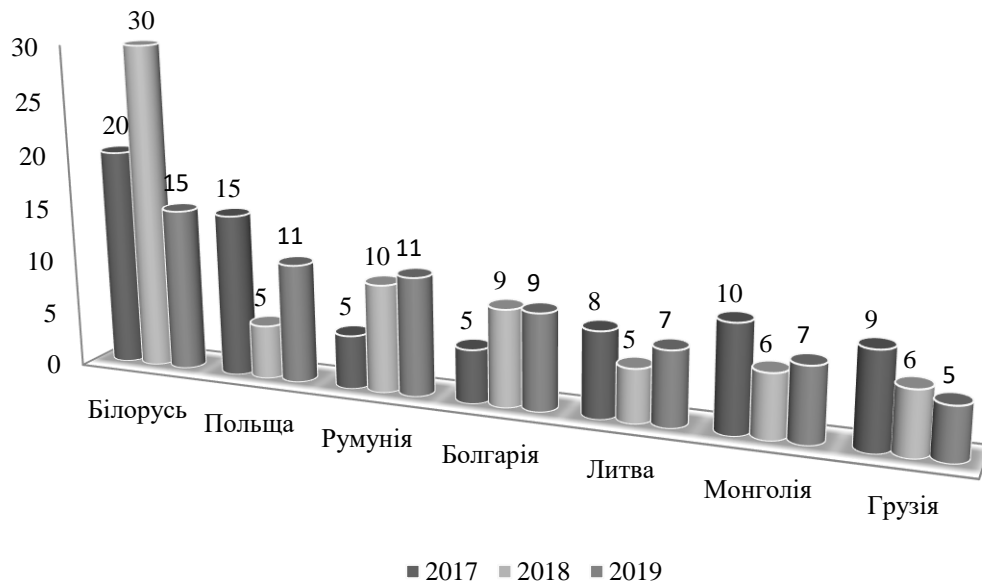


Рисунок 2.9 - Географічна структура експорту ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН», %

Приходимо до висновку, що більшість країн до яких експортується продукція ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» є країнами Європейського союзу, а саме: Польща, Румунія, Болгарія та Литва. Тож євроінтеграція позитивно впливає на зовнішньоекономічну діяльність підприємства та сприяє розвитку досліджуваного підприємства.

ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» експортує до країн багато кондитерської продукції, а також прянощі та вироби з пластмаси (рис. 2.10).

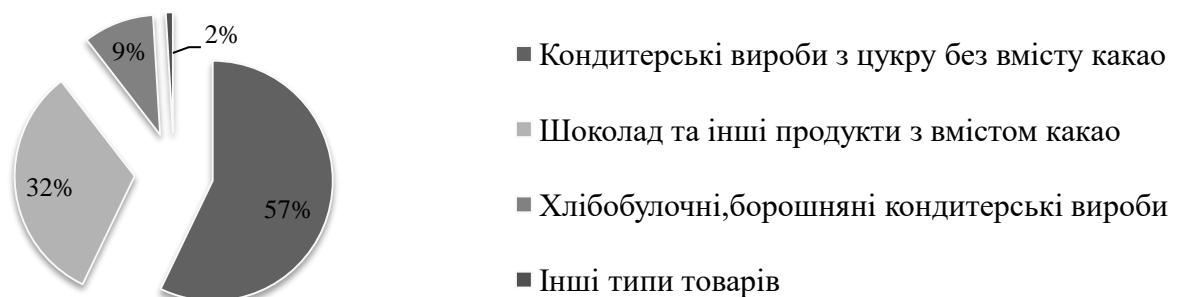


Рисунок 2.10 - Категорії товарів експорту 2019 р., %

Найбільше на експорт йде кондитерської продукції з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао – 57% від загального обсягу (дохід, отриманий від цих

продуктів, близько 1.4 млрд.грн.); ще 32% (або 825 млн.грн.) займає шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао.

Хлібобулочним, борошняним кондитерським виробам, з вмістом або без вмісту какао; вафельним пластинам, порожнім капсулам, придатним для використання у фармацевтиці, вафельним облаткам для запечатування, рисовому паперу та аналогічним продуктам належить ще 9% (дохід 250 млн.грн.) від загального експорту. Останні 2%, на загальну суму 25 млн.грн., належать експорту: товарів деревообробної галузі (15 млн.грн.); какао-порошку та прянощів (в тому числі імбир, шафран, куркума, чебрець, лаврове листя, каррі) – 2.35 млн.грн.; виробам з пластмаси для транспортування та пакування товарів (в тому числі пробки, кришки, ковпаки та інші вироби з пластмаси для герметизації, закупорювання) – 6,5 млн.грн.; етикеткам та ярликам з паперу або картону, надрукованим та ненадрукованим – 550 тис.грн.; іншим виробам з пластмас (в тому числі плити, листи, плівки, стрічки та пластини, непористі, неармовані, не шаруваті, без підкладки та не поєднанні подібним способом з іншими матеріалами) – 350 тис.грн.; інші типи товарів – 250 тис.грн..

Щодо імпорту досліджуваного підприємства (рис. 2.11), ми можемо побачити досить плаваючу динаміку обсягів.

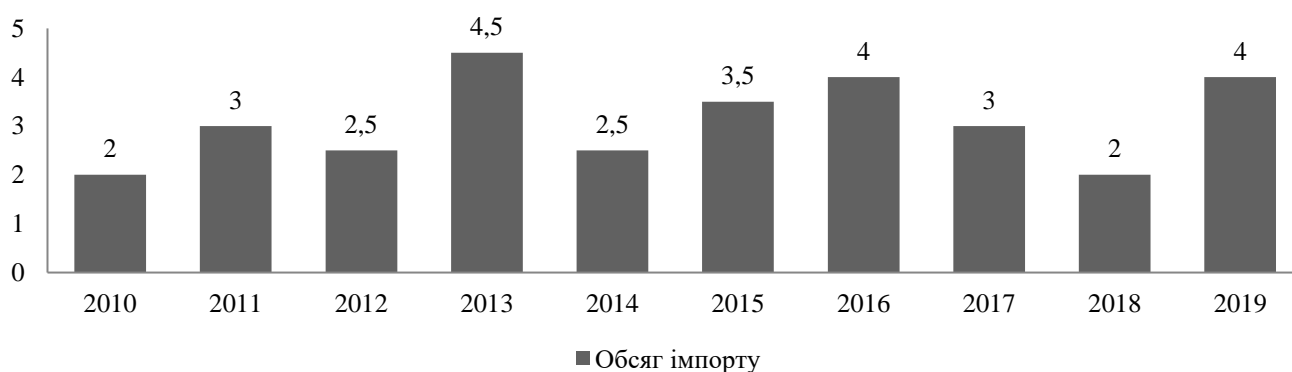


Рисунок 2.11 - Динаміка імпорту ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за останні 10 років, млрд.грн.

З кожним роком імпорт або збільшується, або йде на спад, тобто постійної тенденції до збільшення або спаду ми не спостерігаємо. Тож для більш детального аналізу переглянемо категорії товарів, які імпортує компанія (рис.2.12).



Рисунок 2.12 - Категорії товарів , які імпортувала ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» у 2019 році

На рисунку 2.12 ми можемо чітко спостерігати, що більшість імпортованих товарів займають какао-паста, какао-масло, маргарин, суміші, плоди, горіхи та інші продукти тваринних або рослинних жирів, тобто найбільша частка імпорту – сировина. Також активно імпортується промислове обладнання, отже, кондитерська продукція досліджуваної компанії виробляється на іноземному сучасному та високотехнологічному обладнанні, яке пришвидшує випуск продукції та зменшує важкість праці на виробництві.

Одним з головних чинників постійних коливань динаміки імпорту є бажання підприємства замінити імпортовану сировину сировиною вітчизняного виробництва. Проте попит на кондитерські вироби з вмістом іноземної сировини в Україні має стабільну позитивну динаміку, що постійно підтримує імпортовані постачання. І саме це так позначається на динаміці імпорту.

Проаналізувавши виручку та зовнішньоекономічну діяльність переконуємось, що ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» займає лідируюче місце за кількістю доходу серед всіх кондитерських підприємств і в Україні і закордоном. Підприємство є великим серйозним гравцем на кондитерському ринку.

Для оцінки фінансового потенціалу підприємства проведемо фінансовий та ринковий скоринг (англ. “score” – бал), тобто проаналізуємо основні фінансові та ринкові показники за системою індексів для отримання загальної оцінки управління фінансовим потенціалом підприємства. Дані показники було взято з фінансового звітності підприємства з офіційного сайту (Додаток Г).

Насамперед, проаналізуємо ліквідність підприємства.

Для аналізу поточної ліквідності досліджуваного підприємства розрахуємо коефіцієнт поточної ліквідності за останні п'ять років за формулою та на основі проведених розрахунків складемо графік динаміки коефіцієнта поточної ліквідності (рис. 2.13)

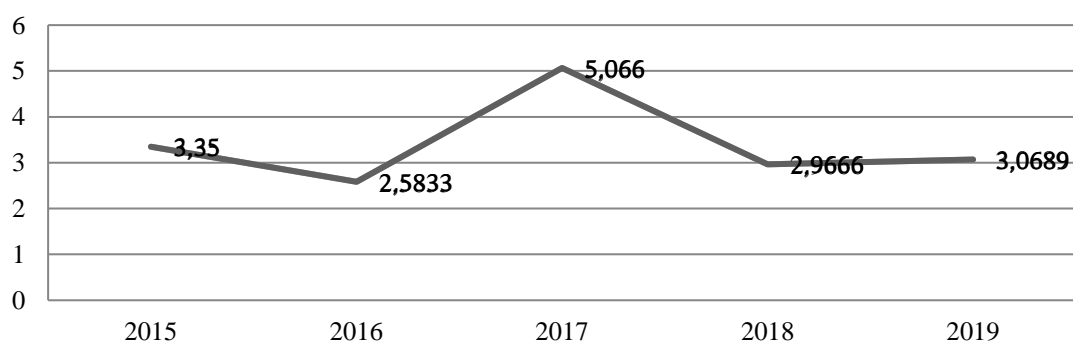


Рисунок 2.13 – Динаміка поточної ліквідності ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за останні 5 років

Згідно вищенаведеного графіка бачимо, що у 2015 році коефіцієнт поточної ліквідності склав 3,35; у 2016 поточна ліквідність зменшується і дорівнює 2,58; у 2017 році відбувається різке збільшення цього коефіцієнта до 5,06, тобто за рік цей коефіцієнт зріс майже у 2 рази.; у 2018 році поточна ліквідність знову йде на спад, з 5,06 до 2,96; минулого 2019 року коефіцієнт зріс до 3,06. Протягом усіх

досліджених років коефіцієнт поточної ліквідності був вище високого значення по галузі, що означає можливість компанії задовільними вимоги кредиторів в будь-який час.

Для достовірності ліквідності компанії аналізуємо найбільш жорсткий індикатор, тобто коефіцієнт абсолютної ліквідності (рис. 2.14). Тож, протягом 2015-2016 років абсолютна ліквідність компанії зростає – коефіцієнт становив 1 у 2015р. та за рік зріс до 1,66; у 2017 р. цей показник є найвищим – 2,93; а протягом останніх двох років він почав знижуватись – з 2,93 у 2017 р. до 1,26 у 2018 р. та 0,75 у 2019р.

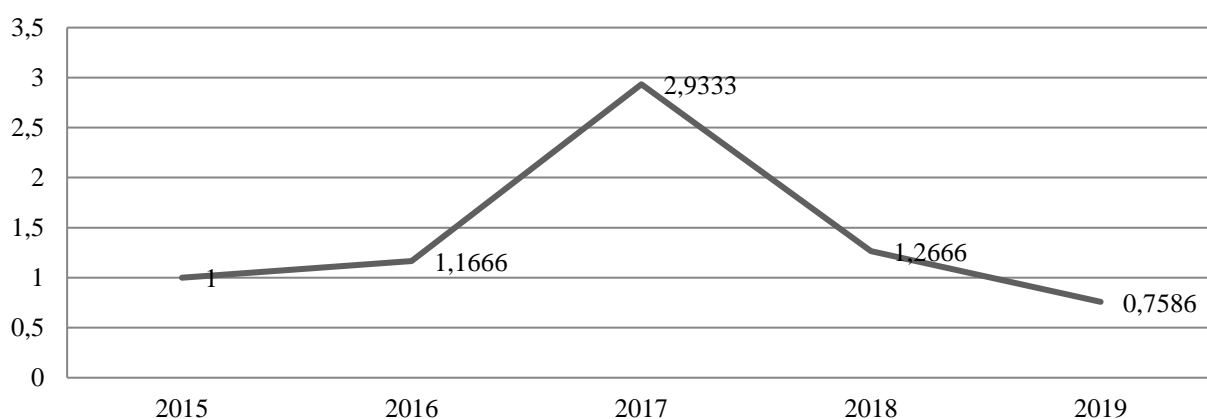


Рисунок 2.14 – Динаміка абсолютної ліквідності ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за останні 5 років

Оскільки рекомендоване значення коефіцієнта абсолютної ліквідності 0,2-0,25, незважаючи на спад показника в минулі роки, переконуємось, що компанія є абсолютно ліквідною протягом останніх 5 років, адже має можливість погашати поточні зобов'язання лише за рахунок грошових коштів та їх еквівалентів.

Далі проведемо аналіз показників платоспроможності та прибутковості підприємства.

Знайдемо коефіцієнт автономії (рис. 2.15) - індикатор платоспроможності, який показує частку власного капіталу компанії у загальній сумі коштів, інвестованих у її діяльність.

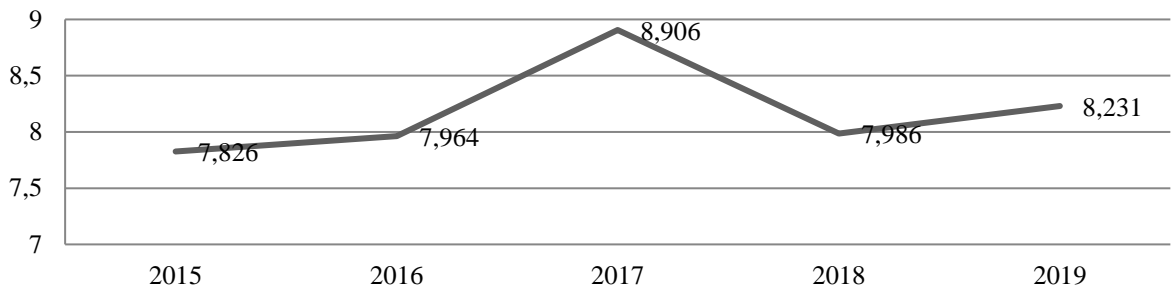


Рисунок 2.15 – Динаміка коефіцієнта автономії КК РОШЕН за останні 5 років

Протягом останніх 5 років коефіцієнт автономії є набагато вищим від оптимального значення для не фінансових корпорацій (0,5-1), а саме: у 2015 році – 7,8; у 2016 р. зростає до 7,9; у 2017 р. піднімається до 8,9; у 2018 р. показник зменшується до значення 2016 р. – 7,9; у минулому році він знову збільшується до 8,2. Згідно з цим, робимо висновок, що підприємство є фінансово незалежним від кредиторів.

Дослідимо основні показники рентабельності та оборотності активів (ROA, RCA, ROTA, TAT).

Індикатор рентабельності активів ДП «Кондитерська корпорації РОШЕН» протягом 2015-2019 рр. (ROA – рис. 2.16) становить: у 2016 р. – 18,13%; у 2017 р. зріс до 19,58%; протягом минулих двох років показник йде на спад – 18,47% у 2018 р. та 15,2% у 2019 р. Оскільки індикатор показує скільки прибутку приносить кожна гривня активів компанії, даний аналіз дає розуміння, що менеджмент досліджуваного підприємства ефективно використовує активи фірми для генерації прибутку.

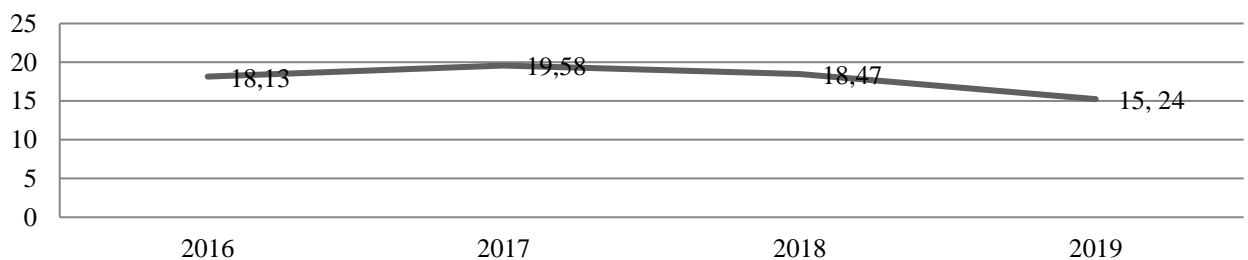


Рисунок 2.16 – Динаміка рентабельності активів ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за останні 5 років, %

Аналізуємо індикатор рентабельності оборотних активів (RCA – рис. 2.17): протягом 2015-2017 рр. показник зростає з 29,85% у 2015р. до 30,64% у 2016 р. та до 31,58% у 2017р.; за наступні два роки коефіцієнт йде на спад до 29,21% у 2018 р. та до 28,09% у минулому році.

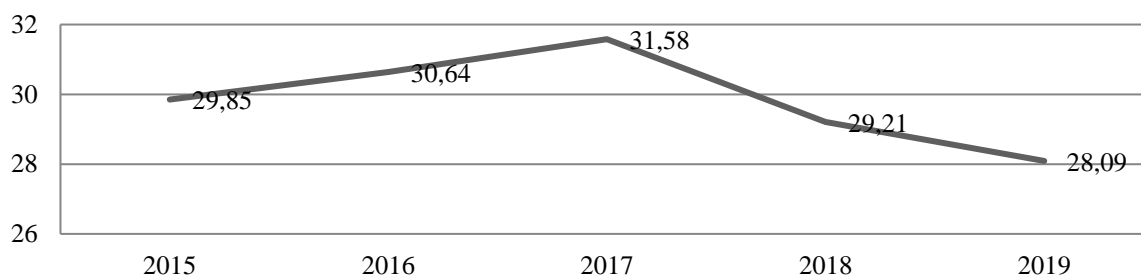


Рисунок 2.17 – Динаміка рентабельності оборотних активів ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за останні 5 років, %

Даний індикатор прибутковості вказує скільки прибутку генерує кожна гривня оборотних активів компанії. Незважаючи на спад показника протягом 2018-2019 рр., він залишається позитивним, що переконує нас, що компанія досконало використовує оборотні кошти для генерації прибутку.

Щоб абстрагуватись від впливу податків та боргового навантаження на дохідність фірми, проведемо дослідження показника рентабельності загальних активів (ROTA – рис. 2.18), що на відміну від ROA, розраховується як відношення операційного прибутку, тобто чистого доходу до вирахування відсотків та податків, до загальних активів компанії.

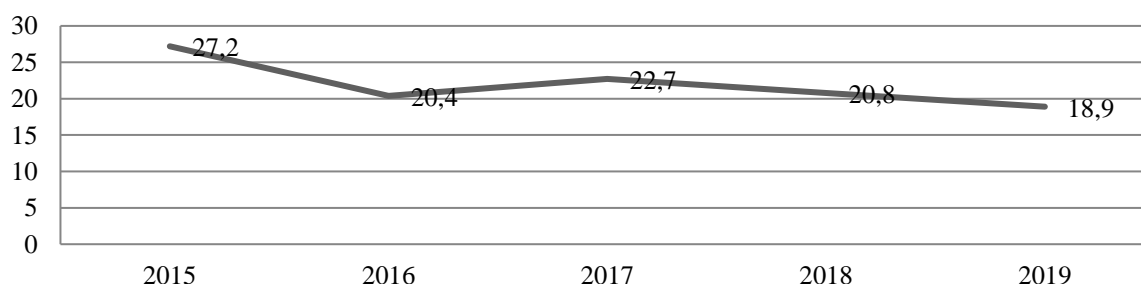


Рисунок 2.18 – Динаміка ROTA ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за останні 5 років, %

Отже, у 2015 р. індикатор рентабельності загальних активів дорівнював 27,2%; у 2016 р. показник зменшився до 20,4%; далі, у 2017р. зріс до 22,7%; протягом 2018-2019 рр. знову спав до 20,8% у 2018 р. та до 18,9% у 2019 р. Оскільки даний коефіцієнт є вищим, в порівнянні з іншими підприємствами в даній галузі, то підприємство вдало використовує кошти для генерації прибутку.

Знайдемо показник рентабельності реалізованої продукції за чистим прибутком (NPM – рис. 2.19), що відображає відношення чистого прибутку до загальної виручки компанії. Чим вищий даний коефіцієнт, тим більш ефективною вважається компанія з точки зору конвертації продажів у реальний прибуток.

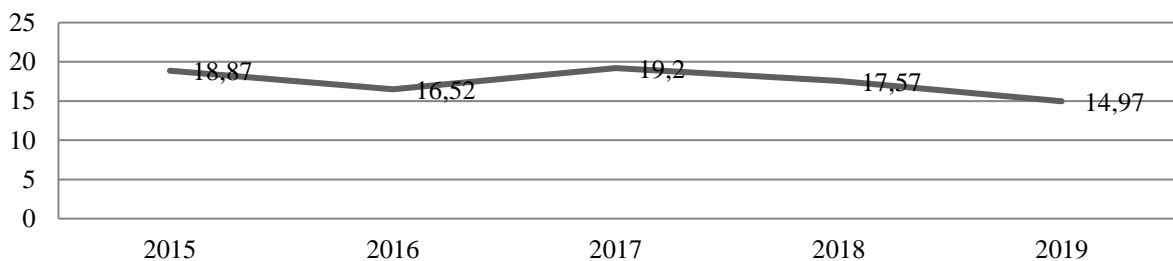


Рисунок 2.19– Динаміка NPM ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за останні 5 років, %

У 2015 р. кожна гривня продажів принесла 18,87 копійок чистого прибутку, тобто коефіцієнт дорівнював 18,87%; у 2016 р. показник зменшився на 12,45% , відповідно кожна гривня принесла 16,52 копійки чистого прибутку (або 16,52%); найбільше копійок чистого прибутку, а саме 19,2, на кожную гривню продажів було отримано у 2017 р.; протягом 18-19 рр. коефіцієнт рентабельності продажів по чистому прибутку спав до 17,57% у 2018р. та до 14,97% у 2019 р., відповідно у 2018 р. кожна гривня продажів принесла 17,57 копійок чистого прибутку, а у 2019 р. – 14,97 копійок. Оскільки від’ємних значень не було отримано, можна підтвердити, що підприємство працює без збитків.

Аналіз показників оборотності загальних активів (ТАТ – рис. 2.20) дозволяє виміряти продуктивність активів компанії шляхом їх порівняння із обсягом виручки. Дані показують, що ефективність використання активів ДП «Кондитерська

корпорація РОШЕН» така: в 2016 р. на кожну гривню залучених коштів було надано товару на суму 1,1 гривень; у 2017 р. цей показник зменшився до 1,04 гривень; у 2018 на кожну залучену гривню було надано 1,07; у 2019 р. – 1,06 грн.

Отже, згідно зі значеннями, досліджуване підприємство має високий рівень фінансового потенціалу.

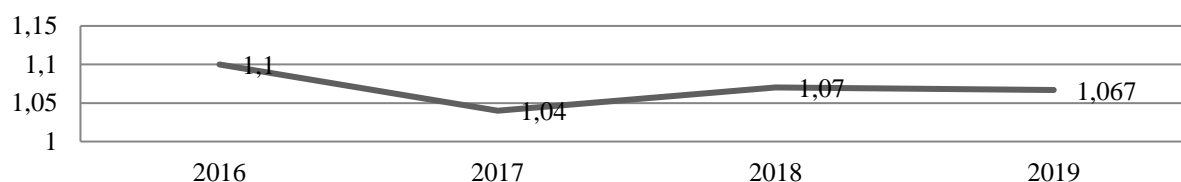


Рисунок 2.20 – Динаміка оборотності загальних активів ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за останні 5 років, грн

Продовжуючи наше дослідження проаналізуємо індикатори ділової активності, а саме оборотність власного капіталу (рис. 2.21) та дебіторської заборгованості (рис. 2.22).

Аналіз коефіцієнту оборотності власного капіталу показує, що: у 2016 р. на кожну гривню залучених коштів власників було вироблено товарі на суму 1,12 гривень; у 2017 р. цей показник дещо спав – до 1,04 гривень на кожну гривню власних коштів; у 2018 р. коефіцієнт оборотності власного капіталу складав 1,08; а у 2019 р. – 1,07, тобто на кожну гривню залучених від власників коштів було продано товару на суму 1,07 гривень. Для підвищення оборотності власного капіталу необхідно збільшувати обсяги збуту.

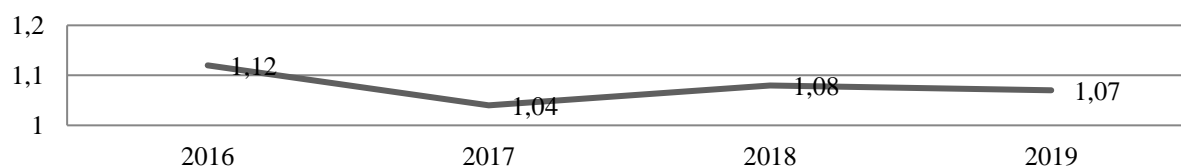


Рисунок 2.21 – Динаміка оборотності власного капіталу ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за останні 5 років, %

Як вказує коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (рис. 2.22) кошти ДП «Кондитерська компанія РОШЕН» обернулись у 2016 р. майже 4 рази (3,9); у 2017 р. – майже 6 разів (5,48), що за даний період дослідження є максимальним значенням; у 2018 р. даний показник спав до 5 (а точніше 5,17); а у минулому році - до 4, 87.

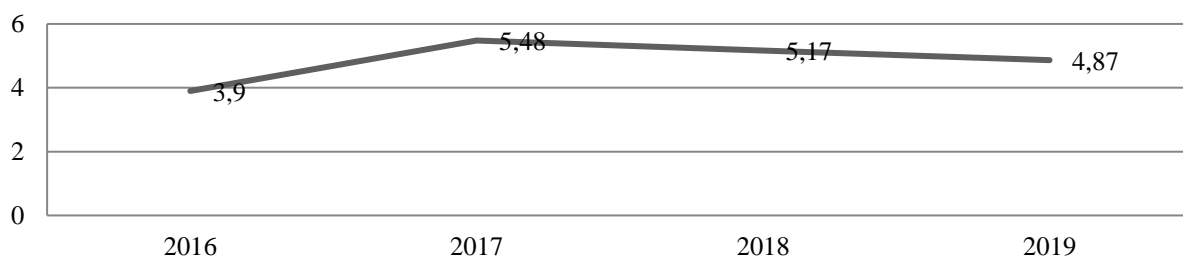


Рисунок 2.22 – Динаміка оборотності дебіторської заборгованості ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за останні 5 років, %

Дослідження всіх вищенаведених показників показали, що в останні роки (2018-2019 рр.) коефіцієнти мають тенденцію до зниження, а тому слід переглянути механізм управління фінансовими ресурсами підприємства для уникнення зниження в майбутньому.

Отже, проаналізувавши основні показники фінансової діяльності ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» можна зробити висновок, що суми коштів, які використовує компанія з часом зростають. Можна стверджувати, що дане підприємство володіє значною частиною вільних коштів, а фінансовий ризик корпорації є низьким, що означає, що при необхідності підприємство може залучати більше коштів.

Щодо кількості та швидкості оборотів власного капіталу та дебіторської заборгованості, приходимо до висновку, що компанії необхідно оптимізувати роботу в напрямку збільшення обсягу збуту та активізувати роботу з повернення коштів компанії.

Занесемо розраховані показники в таблицю та побудуємо криву фінансового потенціалу підприємства (табл.2.9).

Таблиця 2.9 – Крива фінансового потенціалу ДП «КК РОШЕН»

Показник	Низький рівень ФПП	Середній рівень ФПП	Високий рівень ФПП
Коефіцієнт поточної ліквідності			*
Коефіцієнт абсолютної ліквідності			*
Коефіцієнт автономії			*
Коефіцієнт оборотності активів			*
Коефіцієнт рентабельності активів			*

Згідно кривої досліджуване підприємство має високий рівень управління фінансовим потенціалом підприємства та стабільний економічний розвиток.

2.4 Розширення комплексу методичних інструментів для аналізу фінансової стійкості підприємства

Оскільки управління фінансовою стійкістю підприємства є однією з головних складових фінансового потенціалу, від її рівня залежить конкурентоспроможність підприємства, його потенціал та можливість досягнення поставленої мети, пропонуємо проаналізувати фінансову стійкість досліджуваного підприємства. Для цього, насамперед, визначимо вартість ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» як цілісного майнового комплексу [72] та її гудвіл (в перекладі з англ. «goodwill» - «добра воля») – являється нематеріальним активом, вартістю, що визначається як різниця між ринковою ціною та балансовою вартістю активів підприємства як цілісного майнового комплексу. Вартість гудвілу не може підлягати амортизації та не повинна враховуватися під час визначення витрат платника податку, щодо активів якого виник такий гудвіл. Тобто, простими словами, це вартість ділової репутації (ділових зв'язків, престиж підприємства тощо). Виникає гудвіл при придбанні, злитті або об'єднанні підприємств.

1. Визначимо вартість ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за балансовим методом за формулою 3.1:

$$Vnб = ВБ - ФЗ \quad (2.1)$$

де $Vnб$ – вартість підприємства за балансовим методом,

$ВБ$ – валюта балансу,

$ФЗ$ – фінансові зобов'язання.

Розрахунок:

$$Vnб = 16\,350\,000 - 2\,932\,500 = 13\,471\,500 \quad (\text{тис.грн.})$$

2. Далі, визначимо вартість підприємства за методом дисконтованої вартості майбутніх чистих грошових потоків. Оскільки прогнозовані чисті грошові потоки (або чистий прибуток) приблизно однакові за роками, то будемо використовувати для розрахунку формулу перпетуїтету (3.2)

$$Vn = \frac{ЧП}{r} \quad (.2)$$

Отже,
$$Vn = \frac{2\,450\,000}{0,2} = 12\,250\,000 \quad (\text{тис.грн.})$$

Визначаємо Гудвіл за формулою 3.3

$$\text{Гудвіл} = Vn - Vnб \quad (2.3)$$

Розрахунок

$$\text{Гудвіл} = 12\,250\,000 - 13\,471\,500 = -1\,221\,500 \quad (\text{тис.грн.})$$

Таким чином, можемо спостерігати, що гудвіл досліджуваного підприємства є негативним, тобто підприємство перевищує вартість частки покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів і зобов'язань над вартістю придбання.

Далі дослідимо детальніше фінансовий стан ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН». Проаналізуємо політики управління та фінансування досліджуваного підприємства (табл. 2.10).

ДО типів політики фінансування підприємств належать такі типи як: компромісний (він є оптимальним для більшості підприємств), агресивний та консервативний (можуть використовуватись для певних цілей).

Таблиця 2.10 – Типи політики фінансування підприємств

Тип політики	Характеристика
Компромісний	За рахунок довгострокового капіталу фінансуються довгострокові активи та близько половини змінних оборотних активів, а за рахунок короткострокового – інша частина змінних оборотних активів.
Агресивний	За рахунок довгострокового капіталу фінансується лише частина довгострокових активів.
Консервативний	За рахунок довгострокового капіталу фінансуються довгострокові та короткострокові активи.

Згідно вищенаведеної інформації можна зобразити три типи політики фінансування таким чином (рис.2.23).

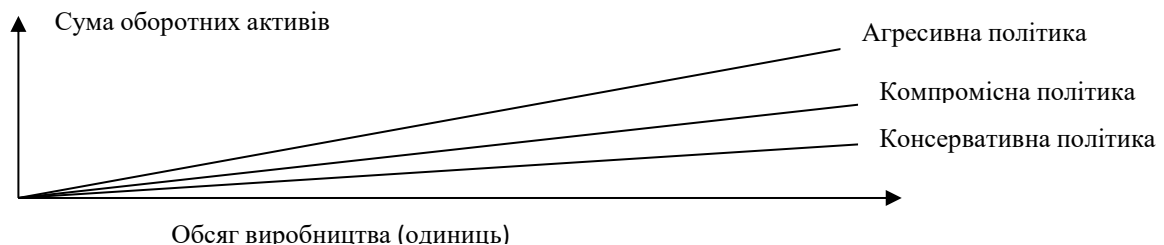


Рисунок 2.23 – Типи політики фінансування

Як можемо бачити на графіку, однаковий обсяг виробництва та реалізації продукції може в результаті давати різний діапазон коливань прогнозованої суми оборотного капіталу, в залежності від обраної підприємством політики фінансування.

Вибір типу політики зводиться до обсягу довгострокових пасивів (ДП) та розрахунку на їх основі обсягу оборотного капіталу (табл.2.11).

Для агресивного типу політики фінансування характерним є висока кількість поточних активів у загальній сумі активів, а також тривалий період їх оборотності. Тобто, при даному типі довгострокові пасиви покривають необоротні активи та лише частину (мінімум) постійних оборотних активів. Це можуть собі дозволити ті підприємства, що не мають проблем з отриманням короткострокових кредитів. Проте у такого підприємства буде існувати великий фінансовий ризик, адже воно буде залежати від позикових коштів.

Консервативний тип політики передбачає формування необоротних та оборотних активів цілком з довгострокового капіталу (власного капіталу та довгострокових зобов'язань). Така політика забезпечує високу рентабельність активів та високу фінансову стійкість, адже використовує лише власний капітал. Проте має ризик неплатоспроможності в непередбачених внутрішніх та зовнішніх змінах тому що залишатиметься без додаткового джерела фінансування зростання активів.

Для компромісного (оптимального) типу політики фінансування характерне змішане фінансування, при якому за рахунок власного і довгострокового капіталу формуються необоротні активи, постійна частина оборотних активів та близько половини змінних активів, а за рахунок короткострокового капіталу – інша частина змінних активів. За такого типу в окремі періоди функціонування підприємство може мати надмірні поточні активи, що негативно впливатиме на розмір прибутку, проте він дає можливість підтримувати ліквідність балансу підприємства на стабільному рівні.

Таблиця 2.11 – Модель типів політик фінансування

Вид активів підприємства	Політика фінансування			
	Ідеальна	Агресивна	Компромісна (оптимальна)	Консервативна
Необоротні активи	ДП	ДП	ДП	ДП
Постійна частина оборотних активів	ПЗ			
Змінна частина оборотних активів		ПЗ	ПЗ	

Таким чином, можна зробити висновок, що компромісний (оптимальний) тип політики фінансування є пріоритетним, адже він поєднує рівень прибутковості і

ризиків та забезпечує високий рівень фінансової стійкості та платоспроможності. Проте, вибирати тип політики фінансування потрібно з урахуванням цілей діяльності підприємства та стадії його розвитку. Взагалі, для оптимального вибору необхідно знайти бажане співвідношення між рівнем рентабельності, використання власного капіталу та рівнем ризику зниження фінансової стійкості підприємства, яка оцінюється величиною його робочого капіталу.

При побудові матриці джерел фінансування (табл.2.12-2.14) враховуємо цільове призначення джерел капіталу, а саме:

1. Власний капітал є джерелом формування необоротних активів та постійної частини оборотних активів;
2. Довгострокові зобов'язання призначаються для фінансування необоротних активів (основних засобів, нематеріальних активів);
3. Короткострокові зобов'язання використовуються для формування змінних оборотних активів.

Умовно приймемо, що 60% від загального обсягу – постійні оборотні активи.

Таблиця 2.12 – Матриця джерел фінансування ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» 2017 р.

Активи, тис. грн.	Джерела фінансу- вання, тис. грн.	Власний капітал	Довгострокові зобов'язання	Поточні зобов'язання і забезпечення	Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	Усього активів, тис. грн.
Необоротні активи		5 150 000	-	-	-	5 150 000
Оборотні активи - всього, в т.ч.		6 200 000	-	1 350 000	-	7 550 000
постійні		4 530 000	-	-	-	4 530 000
змінні		1 670 000	-	1 350 000	-	3 020 000
Разом довгострокові активи (необоротні та постійні оборотні)		9 680 000	-	-	-	9 680 000
%		100	-	-	-	100
Необоротні активи, утримувані для продажу та групи вибуття		-	-	-	-	-
Усього джерел фінансування, тис. грн.		11 350 000	-	1 350 000	-	12 700 000

У таблиці 2.12 було проаналізовано тип політики фінансування ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за 2017 рік та виявлено, що за рахунок власного капіталу фінансувались всі необоротні та постійні оборотні активи, а також частка змінних оборотних активів; за рахунок поточних зобов'язань фінансувалась інша частина змінних оборотних активів. Оскільки частка змінних оборотних активів, що фінансується поточними зобов'язаннями є меншою ніж ця частка, що фінансується власним капіталом, приходимо до висновку що тип політики фінансування ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» у 2017 р. був консервативний.

Продовжуючи дослідження, проаналізуємо джерела фінансування досліджуваного підприємства у 2018 р. (табл. 2.13).

Таблиця 2.13 – Матриця джерел фінансування ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» 2018 р.

Активи, тис. грн.	Джерела фінансу- вання, тис. грн.	Власний капітал	Довгострокові зобов'язання	Поточні зобов'язання і забезпечення	Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	Усього активів, тис. грн.
Необоротні активи		5 950 000	-	-	-	5 950 000
Оборотні активи - всього, в т.ч.		5 900 000	-	2 950 000	-	8 850 000
постійні		5 310 000	-	-	-	5 310 000
змінні		590 000	-	2 950 000	-	3 540 000
Разом довгострокові активи (необоротні та постійні оборотні)		11 260 000	-	-	-	11 260 000
%		100	-	-	-	100
Необоротні активи, утримувані для продажу та групи вибуття		-	-	-	-	-
Усього джерел фінансування, тис. грн.		11 850 000	-	2 950 000	-	14 800 000

Згідно таблиці 2.13 було виявлено, що за рахунок власного капіталу фінансувались всі необоротні та постійні оборотні активи, а також частка змінних оборотних активів; за рахунок поточних зобов'язань фінансувалась інша частина змінних оборотних активів. Проте частка змінних оборотних активів, що фінансується поточними зобов'язаннями є значно більшою ніж ця частка, що фінансується власним капіталом, тож приходимо до висновку що досліджуване підприємства змінило тип політики фінансування, а саме з консервативного на компромісний. На нашу думку, це оптимальний тип політики фінансування для досліджуваного підприємства. Адже, він забезпечує фінансову стійкість підприємства та сприяє підвищенню його фінансового потенціалу. Проте, вважаємо доцільним, збільшити кількість довгострокових зобов'язань за рахунок залучення довгострокових позик та кредитів.

Аналіз джерел фінансування ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за минулий рік (табл. 2.14) показав, що підприємства продовжує використовувати компромісний тип фінансування, адже за рахунок довгострокового капіталу (власного та довгострокових зобов'язань) фінансуються довгострокові активи (необоротні та постійні оборотні активи), а також частина короткострокових активів (змінних оборотних активів). Вважаємо, що даний тип є оптимальним для досліджуваного підприємства, адже він забезпечує стабільне функціонування підприємства та позитивно впливає на фінансову стійкість та загалом фінансовий потенціал підприємства. Також була збільшена кількість довгострокових зобов'язань, що позитивно вплинуло на підприємство.

Таблиця 2.14 – Матриця джерел фінансування ДП КК РОШЕН»

Активи, тис. грн.	Джерела фінансу- вання, тис. грн.	Власний капітал	Довгострокові зобов'язання	Поточні зобов'язання і забезпечення	Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	Усього активів, тис. грн.
Необоротні активи		7 550 000	-	-	-	7 550 000

Оборотні активи - всього, в т.ч.	5 920 000	80 000	2 850 000	-	8 850 000
постійні	5 310 000	-	-	-	5 310 000

Продовження таблиці 2.14

змінні	610 000	80 000	2 850 000	-	3 540 000
Разом довгострокові активи (необоротні та постійні оборотні)	12 860 000	-	-	-	12 860 000
%	100	-	-	-	100
Необоротні активи, утримувані для продажу та групи вибуття	-	-	-	-	-
Усього джерел фінансування, тис. грн.	13 470 000	80 000	2 850 000	-	16 400 000

Далі, для повного комплексного дослідження фінансового потенціалу, дослідимо ймовірність банкрутства досліджуваного підприємства за допомогою математичних моделей, а саме:

1. Модель Таффлера. За даною моделлю можна визначити необхідні фінансово-економічні коефіцієнти, а також врахувати сучасні тенденції бізнесу та вплив технологій на структуру фінансових показників.

2. Модель Альтмана. Класична п'ятифакторна модель прогнозування.

3. Модель Лиса. В дані моделі враховуються показники ліквідності, рентабельності та фінансової незалежності підприємства.

Модель Таффлера розраховується за формулою:

$$Z = 0.53X_1 + 0.13X_2 + 0.18X_3 + 0.16X_4 \quad (2.4)$$

Де Z – коефіцієнт можливості банкрутства. Якщо значення даного коефіцієнта $\geq 0,3$, то підприємства знаходиться в зеленій зоні і має високу фінансову стійкість, якщо $z \leq 0,2$ – в червоній зоні, що означає, що фінансова стійкість підприємства не є стабільною та воно схильне до банкрутства;

X_1 = Операційний прибуток/Короткострокові зобов'язання;

X_2 = Оборотні активи/Сума зобов'язань;

X_3 = Короткострокові зобов'язання/Сума активів;

X_4 = Виручка/Сума активів.

Розрахуємо дані показники ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» (табл.2.15).

Таблиця 2.15 – Показники ймовірності банкрутства за моделлю Таффлера

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.
X_1	1.965	1.067	1.228
X_2	5.206	3.05	3.02
X_3	0.114	0.199	0.174
X_4	0.976	0.993	1.018
Z	1.895	1.156	1.203

Збудуємо графік показника ймовірності банкрутства досліджуваного підприємства за моделлю Таффлера (рис.2.24).

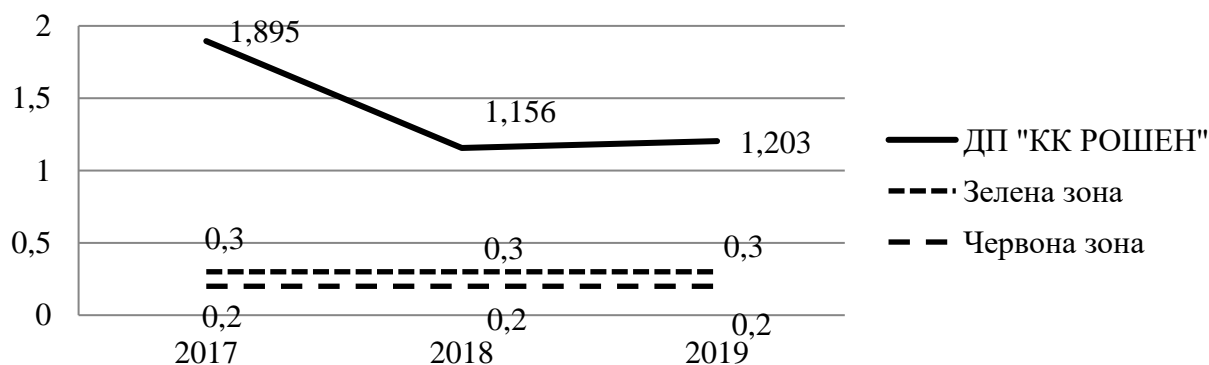


Рисунок 2.24 – Динаміка показника ймовірності банкрутства підприємства (модель Таффлера)

Досліджуючи стан ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за моделлю Таффлера, приходимо до висновку, що підприємство знаходиться в зеленій зоні та не має ризиків банкрутства. Проте, слід зауважити, що за останні роки спостерігається тенденція до збільшення ймовірності банкрутства. Так, значення показника у 2018 році знизилось на 39% в порівнянні з 2017 роком, з 1,895 у 2017 р. до 1,156 у 2018 р.; у 2019 році показник збільшився на 4% і досяг значення 1,203,

але від показника 2017 року минулорічний показник менший на 35%. Вважаємо, що причиною цього є значне збільшення зобов'язань підприємства.

Далі, застосуємо модель Альтмана та розрахуємо необхідні показники за формулою:

$$Z = 0,717X_1 + 0,847X_2 + 3,107X_3 + 0,420X_4 + 0,998X_5 \quad (2.5)$$

Де Z – коефіцієнт можливості банкрутства. Якщо значення даного коефіцієнта ≥ 3 , то підприємства знаходиться в зеленій зоні і має високу фінансову стійкість, якщо ж $\leq 1,25$ – в червоній зоні, що означає, що фінансова стійкість підприємства не є стабільною та воно схильне до банкрутства;

X_1 = Оборотний капітал/Активи;

X_2 = Нерозподілений прибуток/Активи;

X_3 = Операційний прибуток/Активи;

X_4 = Власний капітал/Зобов'язання;

X_5 = Виручка/Активи.

Розрахуємо дані показники ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» (табл.2.16).

Таблиця 2.16 – Показники ймовірності банкрутства за моделлю Альтмана

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.
X_1	0,592	0,596	0,541
X_2	0,890	0,798	0,823
X_3	0,223	0,212	0,186
X_4	7,827	4,017	4,719
X_5	0,976	0,993	1,018
Z	6,13	4,44	4,66

На основі розрахунків зображуємо динаміку показника ймовірності банкрутства за моделлю Альтмана (рис. 2.25).

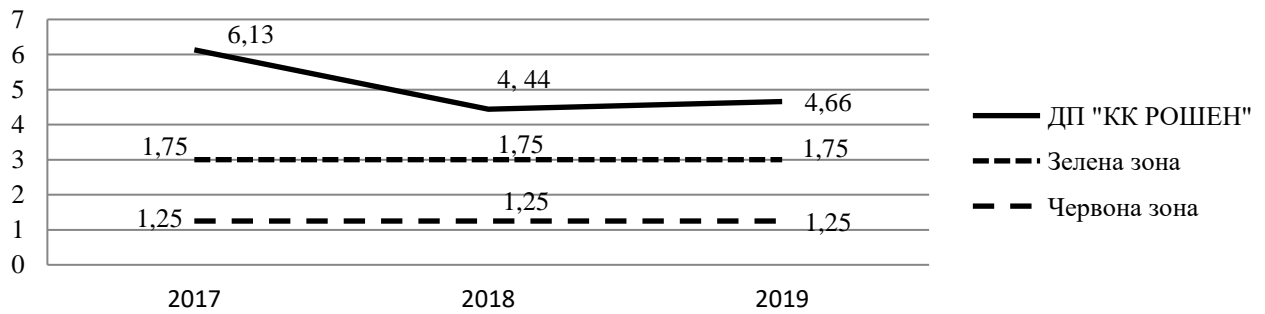


Рисунок 2.25 – Динаміка показника ймовірності банкрутства підприємства (модель Альтмана)

Досліджуючи фінансовий стан ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за моделлю Альтмана було визначено, що за 2018 рік фінансовий стан досліджуваного підприємства погіршився до 4,439 з 6,132 у 2017 р., тобто на 27,6% (1.692), проте за 2019 рік показник зріс на 4,7% до значення 4,661. Таким чином, за останні три роки, не зважаючи на те, що показник знизився, підприємства знаходиться в зеленій зоні, а отже має достатньо стійкий фінансовий стан, при якому відсутній ризик банкрутства.

Для повноцінного комплексного аналізу розрахуємо необхідний показник за моделлю Лиса за формулою:

$$Z = 0,063X_1 + 0,092X_2 + 0,057X_3 + 0,001X_4 \quad (2.6)$$

Де Z – коефіцієнт можливості банкрутства, при значенні $\leq 0,037$ розпочинається зона ризику банкрутства;

X_1 = Оборотний капітал/Активи;

X_2 = Прибуток від реалізації/Активи;

X_3 = Нерозподілений прибуток/Активи;

X_4 = Власний капітал/Зобов'язання.

Для вирахування показника X_2 , знайдемо прибуток від реалізації. Для цього від загального доходу від реалізації вирахуємо собівартість реалізованої продукції. Отже, за 2017 рік прибуток від реалізації склав 3 600 000 тис.грн, у 2018 р. – 4 300 000 тис.грн, у 2019 р. – 4 900 000 тис.грн.

Тепер розрахуємо необхідні для комплексного аналізу показники ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» (табл. 2.17).

Таблиця 2.17 – Показники ймовірності банкрутства за моделлю Лиса

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.
X_1	0,592	0,596	0,541
X_2	0,282	0,290	0,299
X_3	0,890	0,798	0,823
X_4	7,827	4,017	4,719
Z	0,12	0,112	0,113

На основі розрахунків зображуємо динаміку показника ймовірності банкрутства за моделлю Лиса (рис. 2.26).



Рисунок 2.26 – Динаміка показника ймовірності банкрутства підприємства (модель Лиса)

Як бачимо з розрахунків, досліджувані показники, тобто показники ліквідності, рентабельності та фінансова незалежність підприємства за досліджуваний період знизилась, але все ще знаходяться набагато вище від зони ризику банкрутства.

Отже, завдяки комплексному дослідженню показників ймовірності банкрутства, приходимо до висновку, що досліджуване підприємство стабільно перебуває в зеленій зоні, тобто ризик банкрутства відсутній. Проте також можемо спостерігати, що за останні роки сума зобов'язань значно збільшилась, сума оборотних активів не зросла, а сума операційного прибутку зменшилась, що і вплинуло на зниження показників.

Оскільки ризик банкрутства у досліджуваного підприємства відсутній, приходимо до висновку, що підприємства має стабільну фінансову стійкість, отже має сильний фінансовий потенціал, що сприяє подальшому покращенню та розвитку ефективності діяльності підприємства.

Висновки до другого розділу

У другому розділі роботи було проведено дослідження особливостей управління фінансовим потенціалом ДП «Кондитерської корпорації РОШЕН».

В першу чергу було здійснено аналіз сучасної кондитерської галузі. Відповідно до нього, було встановлено структуру кількості виробленої та реалізованої кондитерської продукції по основних товарних групах за останні три роки і прийшли до висновку, що зараз дешеві товарні групи продукції займають більшу частку у структурі виробництва та реалізації борошняних кондитерських виробів. Також ми ознайомились з розподілом кондитерського ринку між основними кондитерськими підприємствами та їх частками на зовнішньому ринку і можемо дійти до висновку, що протягом останніх п'яти років досліджуване підприємство співпрацювало з великою кількістю країн, в тому числі країн Європейського союзу. Географічна структура та структура товарів протягом даного періоду була досить диверсифікованою, що свідчить про наявність активних та стабільних зовнішньоекономічних зв'язків підприємства. Це в свою чергу, показує про підвищення управління фінансовим потенціалом підприємства в умовах євроінтеграції.

Загальний аналіз підприємства показав, що ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» має дворівневу організаційну структуру, що позитивно впливає на керування компанією. Також підприємство має досить розгалужені зв'язки по всій території країни та за кордоном, широкий асортимент кондитерської продукції (понад 320 найменувань), права на декілька земельних ділянок та об'єктів нерухомості.

Проаналізувавши головні фінансово-економічні показники за досліджуваний період, майнову вартість та гудвіл, тип політики фінансування та ймовірність банкрутства, можемо прийти до висновку, що ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» має впевнену фінансову позицію: показники ліквідності тримались на дуже високому рівні; коефіцієнти платоспроможності та прибутковості також виявились набагато вищими від середніх значень кондитерської галузі, тип політики фінансування є оптимальним для досліджуваного підприємства, а ризик банкрутства є мінімальним.

Єдиною проблемою, згідно досліджень, стали показники оборотності капіталу та дебіторської заборгованості. Їх значення за минулі роки зменшилось, що означає необхідність коригування поточної політики управління власним капіталом та дебіторською заборгованістю.

З ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ДОЧІРНЬОГО ПІДПРИЄМСТВА «КОНДИТЕРСЬКА КОРПОРАЦІЇ РОШЕН» КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

3.1 Теоретично-методологічні напрями та підходи до підвищення ефективності управління фінансовим потенціалом підприємства

Ефективність функціонування підприємства напряму залежить від ефективного управління економічним потенціалом підприємства, який складається з чотирьох взаємопов'язаних складових – фінансового, маркетингового, виробничого та організаційного потенціалів і, беззаперечно, головною складовою є фінансовий потенціал тому, що він має вплив на кожну з складових і загалом від наявності, використання та вдосконалення фінансового потенціалу значною мірою залежить підвищення рівня економічної стійкості підприємства. Для цього необхідно враховувати такі елементи управління фінансовим потенціалом, як фінансова стійкість, ділова активність та платоспроможність. Вдосконалення фінансового потенціалу сприяє ефективному використанню ресурсів, що допомагає підприємству швидше адаптуватися та стабільно розвиватися. Тому його необхідно регулярно та всебічно оцінювати за допомогою комплексу методів, методик та прийомів. Це дасть можливість наперед виявити можливі загрози та ліквідувати їх до настання фінансової кризи.

Спричинити фінансову кризу на підприємстві можуть наступні чинники:

1. Внутрішні, тобто ті, що залежать від діяльності підприємства;
2. Зовнішні, або ті, що впливають незалежно від діяльності підприємства.

Детальніше чинники впливу на фінансовий потенціал підприємства наведено на рисунку 3.1.



Рисунок 3.1 – Чинники впливу на фінансовий потенціал підприємства

Тож, при наявності даних проблем, для покращення стабільної фінансової діяльності та уникнення фінансової кризи, потрібно вжити наступні заходи:

1. По можливості, усунути зовнішні фактори банкрутства;
2. Скоротити витрати до мінімально допустимого рівня;
3. Провести ресурсо- та енергозаощадливі заходи;
4. Поступово погасити борги;
5. Відрегулювати рівень незавершеного виробництва;

6. Забезпечити стабільне надходження виручки від реалізації в достатній кількості, щоб підвищити рентабельність продукції та покрити нові поточні зобов'язання.

Такі заходи дадуть можливість поступово вивести підприємство з фінансової кризи, створити стабільну фінансову базу, оптимальну структуру балансу та фінансових результатів, підготувати фінансову систему до внутрішніх та зовнішніх змін, що в результаті дозволить забезпечити стійке фінансове становище підприємства у довгостроковій перспективі.

А для того, щоб подібних проблем взагалі не виникало необхідно: проводити постійну діагностику внутрішнього та зовнішнього стану підприємства; удосконалити механізм систематичного оцінювання основних фінансових показників для чіткого розуміння повної картини фінансового стану підприємства; розробити план заходів для зниження вразливості підприємства; забезпечити план дій у випадку виникнення проблемних, кризових ситуацій та бути готовим до прийняття нестандартних, ризикових рішень та практичних заходів; довести підготовчі плани до відома всіх учасників, щоб вони знали як координувати свої дії в разі необхідності; контролювати виконання даних заходів та їхні результати.

Таким чином, підприємство матиме можливість забезпечити стійку систему оцінювання кожного з елементів його фінансового потенціалу, що в свою чергу дасть можливість її оптимізації відповідно до розвитку та адаптації відповідно до змін. Так, якщо за допомогою діагностики буде виявлено певні загрози та недостатній рівень фінансової стійкості підприємства, пропонуємо дотримуватись наступних дій:

1. Насперед, необхідно перерозподілити рух фінансових ресурсів та врегулювати фінансові відносини підприємства;
2. Далі, розробити проекти перспективних фінансових планів та більш стійку фінансову стратегію підприємства, розрахувати прогнози щодо балансу, реалізації продукції, капіталовкладень, собівартості продукції тощо;
3. На кінець, визначити джерела фінансування діяльності підприємства (дослідити бюджетне фінансування, коротко- та довгострокове кредитування і т.п) та скоординувати фінансові підрозділи підприємства згідно нових узгоджених планів та дій.

Отже, приходимо до висновку, що підвищення фінансового потенціалу підприємства можливе за умови забезпечення його фінансової стійкості, а для цього підприємству необхідно впроваджувати сучасний фінансовий менеджмент, своєчасно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовищ та розробити стратегічний прогноз подальшої діяльності підприємства. Напрями, що

сприятимуть зміцненню та підвищенню фінансової стійкості та загалом фінансового потенціалу підприємства зображено на рисунку 3.2.



Рисунок 3.2 – Напрями зміцнення фінансового потенціалу підприємства

Отже, для підвищення економічного стану підприємства потрібно провести дослідження системи управління фінансовим потенціалом, що включає в себе комплексний аналіз всіх його складових, а далі розрахувати та розробити комплекс методів, що підвищать рівень фінансового та загалом економічного потенціалу підприємства, дадуть можливість залучати додаткові фінансові ресурси. Загалом комплекси методів можна поділити на традиційні та прогресивні (рис. 3.3).

Загалом можемо зазначити, що для комплексу прогресивних методів характерним є застосування цінних паперів, які є фінансовими інструментами широкого функціонального складу, що дозволяє не тільки збільшити позичковий та власний капітал, а й оптимізувати структуру активів. Такі методи дають можливість залучати додаткові фінансові ресурси і на вітчизняному, і на міжнародному ринках.

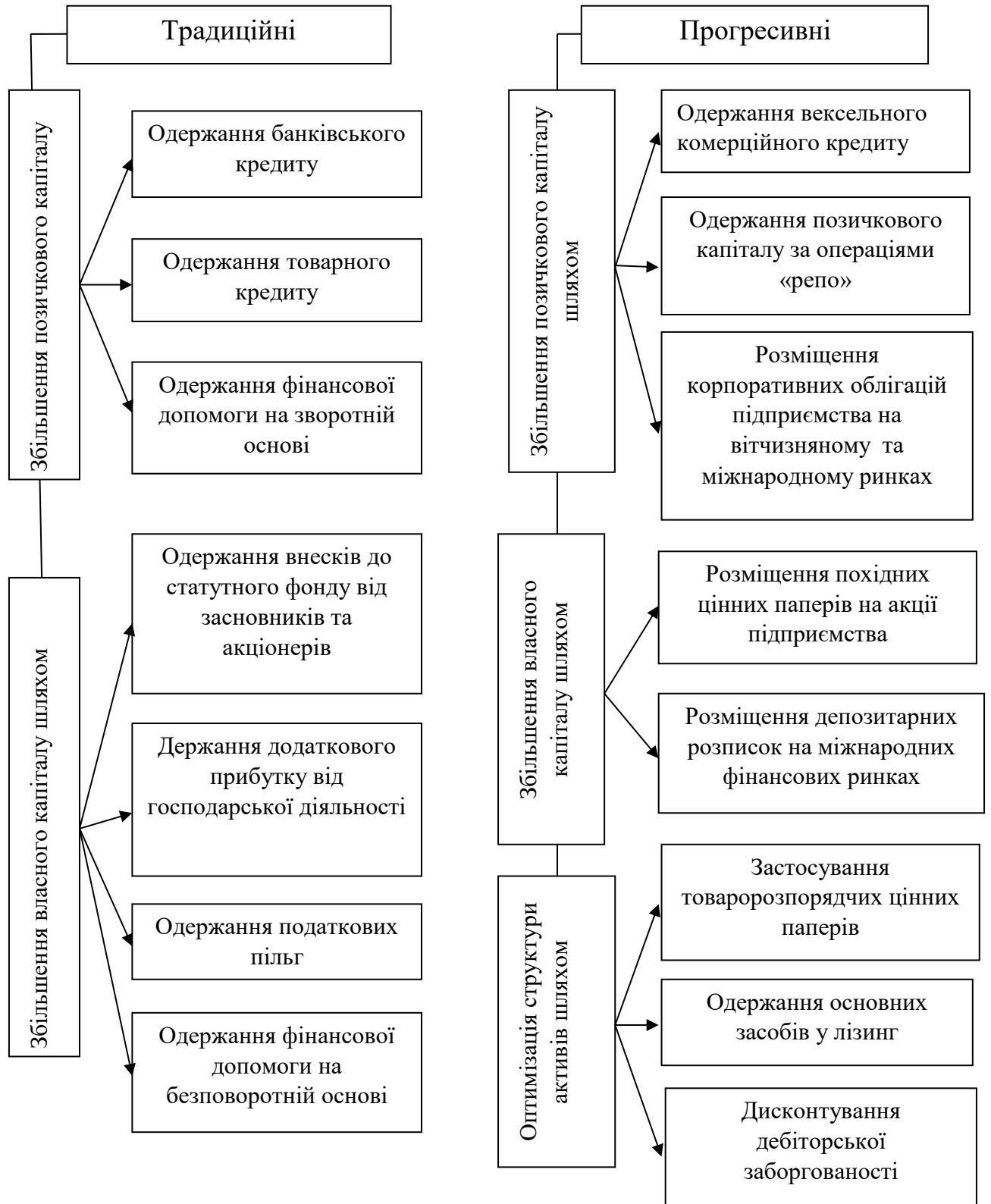


Рисунок 3.3 – Комплекси методів управління фінансовим потенціалом

3.2 Дослідження чинників впливу на фінансовий потенціал ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН»

Вважаємо доцільним проаналізувати чинники, що мають безпосередній вплив на фінансовий потенціал досліджуваного підприємства, а саме: можливості і загрози зовнішнього та внутрішнього середовищ, рівень менеджменту та маркетингу на досліджуваному підприємстві, рівень конкурентоспроможності, а також проведемо загальний аналіз продукції ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» для повного розуміння проблем підприємства та розробки необхідних пропозицій і заходів щодо покращення діяльності підприємства.

Розглянемо можливості і загрози зовнішнього середовища на прикладі досліджуваного підприємства (табл.). Якщо аналізувати ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» в сучасних умовах євроінтеграції та жорсткої конкуренції можна виявити, що головними загрозами, що впливають на фінансовий потенціал та загалом на діяльність підприємства є: політична нестабільність; поява нових технологій у конкурентів; збої у поставках сировини та матеріалів; постійні зміни валютного курсу; нестабільність збуту; відмова банків у наданні довгострокових кредитів; нестабільна законодавча база тощо. Проте євроінтеграція і відкрила багато нових можливостей для ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН», а головне розширила ринки збуту та збільшила кількість споживачів, завдяки цьому підприємство має змогу знизити ціни на ресурси та отримувати значно більші замовлення.

Серед чинників впливу на фінансовий потенціал ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» внутрішнього середовища можна виділити наступні:

1. Висококваліфікований менеджмент;
2. Висока цінова конкурентоспроможність;
3. Виробничі потреби забезпечуються земельними та виробничими площами на 100%;
4. Зручне розташування підприємств корпорації в транскордонних регіонах, в промислових зонах індустріальних міст з розвинутими інженерною та транспортною інфраструктурами.

Узагальнюючи вище перераховані можливості та загрози, приходимо до висновку, що євроінтеграція позитивно впливає на фінансовий потенціал та загалом на розвиток досліджуваного підприємства.

Для кращого розуміння потенціалу досліджуваного підприємства проаналізуємо продукцію ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» та її конкурентоспроможність. Розглянемо характеристики шоколаду "РОШЕН" та його прямих конкурентів - "Світоч" та "Корона" (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 - Характеристика якості шоколаду "РОШЕН" та його прямих конкурентів - "Світоч" та "Корона".

Товар	Показник				
	Ціна, грн.	Вага, гр.	Термін придатності, міс.	Частка інших домішок у заг. вазі, гр.	Енергетична цінність, кКал
"Світоч" [76]	18	90	7	4	210
"Корона"[77]	15,50	85	6	2	280
"РОШЕН"[71]	17,50	90	8	3	250
Еталон [69]	15	100	8	2	280
Вагомість[69]	0,29	0,14	0,14	0,36	0,07

Узагальнені показники якості шоколаду будемо розраховувати за формулою 3.1 :

$$K = 0,29 * \left(1 - \frac{Ціна_e}{Ціна_m}\right) + 0,14 * \left(1 - \frac{Вага_m}{Вага_e}\right) + 0,14 * \left(1 - \frac{Термін_m}{Термін_e}\right) + 0,36 * \left(1 - \frac{Частка_e}{Частка_m}\right) + 0,07 * \left(1 - \frac{Цінність_m}{Цінність_e}\right) \quad (3.1)$$

Розрахуємо показники якості шоколаду у досліджуваного підприємства та його прямих конкурентів – кондитерських фабрик «Світоч» та «Корона».

$$K_{ROSHEN} = 0,29 * \left(1 - \frac{15}{17,50}\right) + 0,14 * \left(1 - \frac{90}{100}\right) + 0,14 * \left(1 - \frac{8}{8}\right) + 0,36 * \left(1 - \frac{2}{3}\right) + 0,07 * \left(1 - \frac{250}{280}\right) = 0,18$$

$$K_{КОРОНА} = 0,29 * \left(1 - \frac{15}{15,50}\right) + 0,14 * \left(1 - \frac{85}{100}\right) + 0,14 * \left(1 - \frac{6}{8}\right) + 0,36 * \left(1 - \frac{2}{2}\right) + 0,07 * \left(1 - \frac{280}{280}\right) = 0,07$$

$$K_{СВІТОЧ} = 0,29 * \left(1 - \frac{15}{18}\right) + 0,14 * \left(1 - \frac{90}{100}\right) + 0,14 * \left(1 - \frac{7}{8}\right) + 0,36 * \left(1 - \frac{2}{4}\right) + 0,07 * \left(1 - \frac{210}{280}\right) = 0,28$$

Середня якість узагальнених показників якості шоколаду обчислюється за формулою середньої арифметичної (3.2) :

$$K_c = \frac{K_{ROSHEN} + K_{КОРОНА} + K_{СВІТОЧ}}{3} = \frac{0,18 + 0,07 + 0,28}{3} = \frac{0,53}{3} \approx 0,2 \quad (3.2)$$

Для наочності якості товару та оцінки конкурентоспроможності побудуємо циклограму, згідно якої чим більша площа фігури, тим краща якість товару.

Графічна інтерпретація порівняльної оцінки конкурентоздатності здійснюється за допомогою побудови циклограми. Вона зображується в полярній системі координат, при цьому довжини радіус - векторів відповідають відносним оцінкам відповідних параметрів, а кути - їх вагомостям. Більша площа циклограми свідчить про більш високий рівень якості (рис. 3.4)

Розрахуємо довжину радіус-вектора для кожного із параметрів, характеризуючи представлені торгові марки шоколаду.

1) для шоколаду "Корона"

$$\text{ціна} = 15/15,5 = 0,97$$

$$\text{вага} = 85/100 = 0,85$$

$$\text{термін придатності} = 6/8 = 0,75$$

$$\text{частка інших домішок у заг. вазі} = 2/2 = 1$$

$$\text{енергетична цінність} = 280/280 = 1$$

2) для шоколаду "Світоч"

$$\text{ціна} = 15/18 = 0,83$$

$$\text{вага} = 90/100 = 0,90$$

$$\text{термін придатності} = 7/8 = 0,875$$

$$\text{частка інших домішок у заг. вазі} = 2/4 = 0,5$$

$$\text{енергетична цінність} = 210/280 = 0,75$$

3) для шоколаду "ROSHEN"

$$\text{ціна} = 15/17,5 = 0,86$$

$$\text{вага} = 90/100 = 0,90$$

$$\text{термін придатності} = 8/8 = 1$$

$$\text{частка інших домішок у заг. вазі} = 3/4 = 0,75$$

енергетична цінність = $250/280 = 0,89$

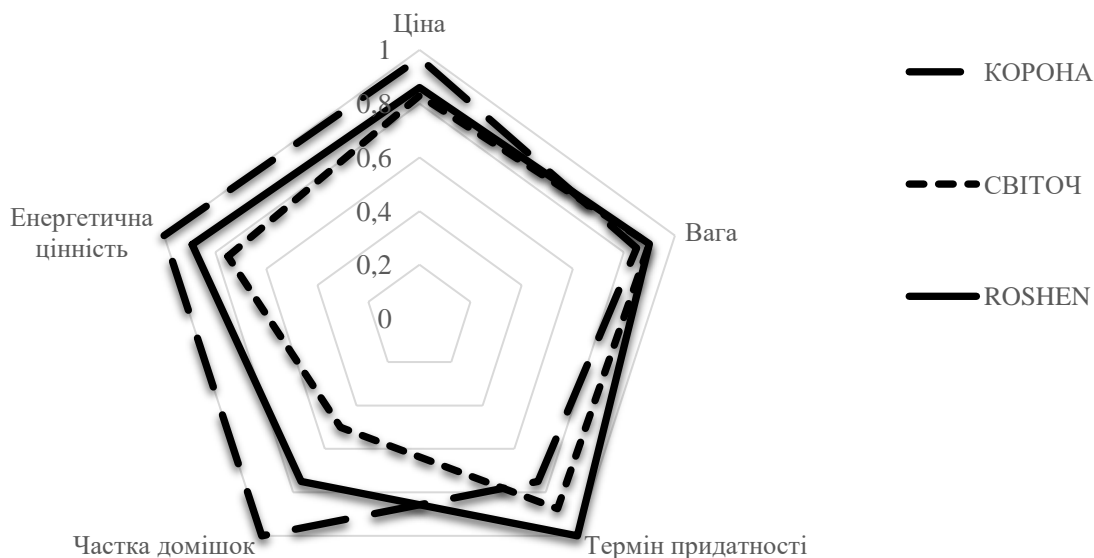


Рисунок 3.4 - Порівняльна оцінка конкурентоздатності

Отже, шоколад "Корона" має високу якість, "РОШЕН" також має гарну якість, але більше наближену до середньої, а шоколад "Світоч" має низьку якість.

Таким чином, переконуємось, що продукція ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» є досить конкурентоспроможною проте підприємство має сильних конкурентів, тому для підвищення фінансового потенціалу підприємства необхідно завоювати більшу частку ринку. Для цього пропонуємо провести комплекс таких заходів:

1. Замовити рекламу на центральному радіо [];
2. Замовити рекламу на обласному радіо;
3. Замовити рекламу на телеканалах [];
4. Замовити рекламу в соціальних мережах тощо.

Передбачається проводити рекламу на радіостанції „Наше Радіо“, на телеканалах “1+1”, “2+2”, “ТЕТ” та купити рекламу у декількох відомих блогерів України в соціальній мережі Інстаграм. Причому планується 25% рекламних

контактів розмістити на радіо, 25% контактів в соціальній мережі та 50% рекламних контактів на телебаченні.

Отже, реклама на центральному радіо - 30 сек. реклами в робочі дні з 8.35-8.40 годин коштує 1 452 грн. У вихідні дні з 8.35-8.40 годин коштує 2 112 грн.

Тому підприємству потрібно витратити :

$$(1\,452 * 1 * 15) + (2\,112 * 1 * 8) = 21\,780 + 16\,896 \text{ (грн)}$$

Реклама на обласному радіо — вартість 30 сек. реклами коштує 550 грн., $550 * 1 * 30 = 16\,500$ (грн).

Вартість реклами (10 с) на телеканалі “1+1” у вечірню годину:

$$1\,125 * 10 * 10 = 112\,500 \text{ (грн)}$$

Вартість реклами (10 с) на телеканалі “2+2” у вечірню годину:

$$750 * 10 * 10 = 75\,000 \text{ (грн)}$$

Вартість реклами (10 с) на телеканалі “ТЕТ” у вечірню годину:

$$585 * 10 * 10 = 58\,500 \text{ (грн)}$$

Середня вартість реклами у одного популярного блогера в мережі Інстаграм (45 секунд) – 15 000 грн + бартер. Оскільки реклама планується у 5 блогерів:

$$15\,000 * 5 = 75\,000 + \text{продукція на бартер}$$

Разом витрати на проведення даних заходів:

$$16\,896 + 16\,500 + 112\,500 + 75\,000 + 58\,500 + 75\,000 = 279\,396 \text{ (грн/міс)}.$$

Якщо ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» проведе всі вищезгадані заходи, то значно покращить свій імідж, розширить коло потенційних покупців, залучить нових інвесторів, а отже значно підвищить свій економічний та фінансовий потенціал.

3.3 Обґрунтування пропозицій щодо підвищення ефективності управління фінансовим потенціалом підприємства

Проводячи дослідження було виявлено, що за досліджуваний період сума оборотних активів не зросла, зменшився операційний прибуток, а сума зобов'язань та необоротних активів значно підвищилась, що негативно впливає на фінансовий

стан та загалом фінансовий потенціал підприємства. Тому необхідно детальніше дослідити обсяги активів (табл.3.2) та зобов'язань (табл.3.3) досліджуваного підприємства.

Таблиця 3.2 – Динаміка обсягу необоротних активів ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за 2017-2019 рр.

Активи	на 31.12.2017 р.	на 31.12.2018 р.	на 31.12.2019 р.	Відхилення			
				Абсолютне		Відносне	
Всього активи	12 800 000	14 900 000	16 400 000	2018/ 2017	2019/ 2017	2018/ 2017	2018/ 2019
Всього необоротні активи	5 200 000	6 000 000	7 600 000	800 000	1 600 000	13	21
Нематеріальні активи:	25 000	30 000	30 000	5000	0	17	0
первісна вартість	140 000	150 000	90 000	10000	-60 000	7	-67
Незавершені капітальні інвестиції	20 000	50 000	2 000	30000	-48 000	60	-2400
Основні засоби:	140 000	320 000	560 000	18000 0	240 000	56	43
первісна вартість	330 000	550 000	790 000	22000 0	240 000	40	30
Інвестиційна нерухомість:	70 000	65 000	55 000	-5000	-10 000	-8	-18
первісна вартість	200 000	200 000	210 000	0	10 000	0	5
Довгострокові фінансові інвестиції	5 000 000	5 600 000	6 900 000	60000 0	1 300 000	11	19

Отже, згідно таблиці виявлено, що кількість необоротних активів за досліджуваний період збільшилась: абсолютний приріст необоротних активів у 2018 р. був 800 000 тис. грн., відносний – 13%, в порівнянні з 2017 р.; у 2019 р. даний показник знову зріс та в загальному порівнянні з 2017 р. склав абсолютний приріст 1 600 000 тис. грн., відносний – 21%.

Далі дослідимо обсяги оборотних активів ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» (табл.3.3).

Таблиця 3.3 – Динаміка обсягу оборотних активів ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за 2017-2019 рр.

Активи	на 31.12.2017 р.	на 31.12.2018 р.	на 31.12.2019 р.	Відхилення			
				Абсолютне		Відносне	
				2018/ 2017	2019/ 2017	2018/ 2017	2019/ 2017
Всього оборотні активи	7 600 000	8 900 000	8 900 000	1 300 000	0	15	0
Запаси (у тому числі):	2 300 000	3 600 000	2 800 000	1300000	-800000	36	-29
Дебіторська торгова заборгованість	1 500 000	2 100 000	2 000 000	600000	-100000	29	-5
Дебіторська заборгованість перед бюджетом	20 000	95 000	60 000	75000	-35000	79	-58
Інша поточна дебіторська заборгованість	710 000	1 300 000	1 300 000	590000	0	45	0
Поточні фінансові інвестиції	90	90	2 100 000	0	2 099 910	0	100
Гроші та їх еквіваленти	4 400 000	3 800 000	2 200 000	-600000	-1 600 000	-16	-73
Витрати майбутніх періодів	2 000	900	2 000	-1100	1 100	-122	55
Інші оборотні активи	1 500 000	2 100 000	2 000 000	600000	-100000	29	-5

Якщо говорити про кількість оборотних активів, було виявлено, що за 2018 рік їх сума зросла на 1 300 000 тис. грн.. (або 15%), проте протягом 2019 р. вона ніяк не змінилась, що негативно впливає на фінансовий стан підприємства.

Побудуємо діаграму згідно таблиць , щоб чітко побачити співвідношення необоротних та оборотних активів (рис.3.4).

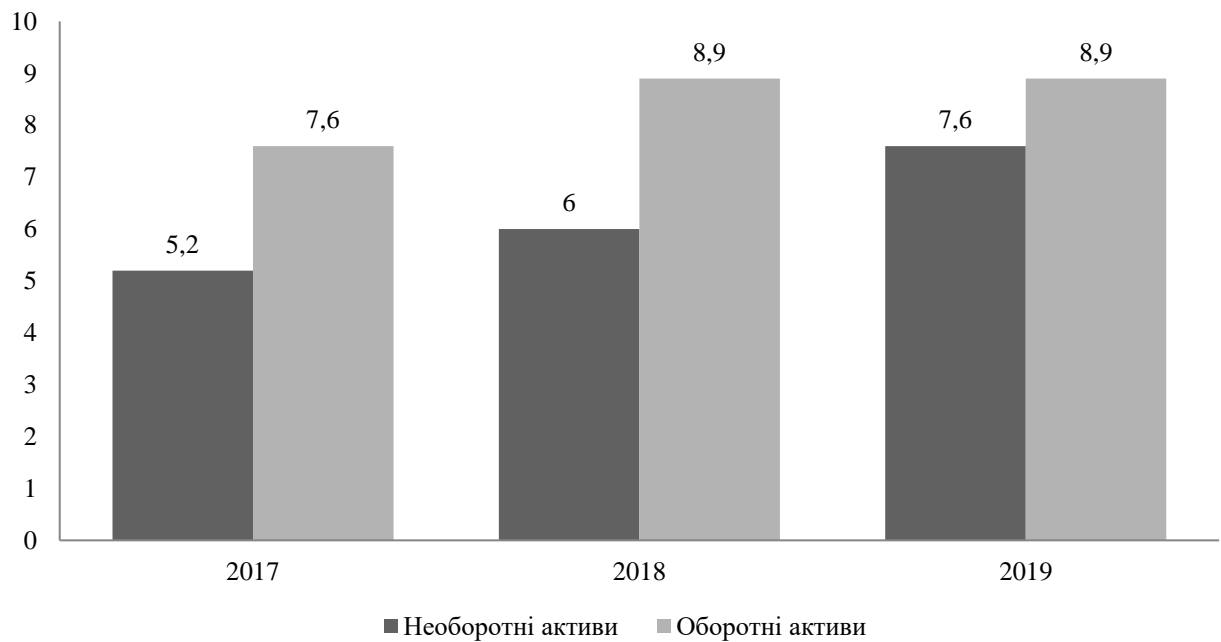


Рисунок 3.5 – Динаміка активів ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за 2017-2019 рр.

З рисунка виявлено, що сума необоротних активів з кожним роком зростає. Так, у 2017 році кількість необоротних активів дорівнювала 5,2 млрд. грн.; у 2018р. сума зросла 13%, або на 0,8 млрд. грн. і становила 6 млрд. грн.; у минулому році ця сума знову піднялась на 21% (на 1,6 млрд. грн.) до значення 7.6 млрд. грн. Це вказує на покращення матеріально-технічного устаткування підприємства, в той час, як сума оборотних коштів у 2018 р. зросла на 15% з 7,6 млрд. грн. у 2017р. до 8,9 млрд. грн.. у 2018 р., проте за минулий рік вона не змінилась, що свідчить про зменшення оборотності засобів підприємства. Вважаємо необхідним збільшити кількість оборотних активів задля збільшення ліквідності підприємства.

Далі проаналізуємо зобов'язання ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за 2017-2019 рр. (табл.3.3)

Таблиця 3.4 – Динаміка обсягів довгострокових та короткострокових (поточних) зобов'язань ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за 2017-2019 рр.

Пасиви	на 31.12.2017 р.	на 31.12.2018 р.	на 31.12.2019 р.	Відхилення	
				Абсолютне	Відносне

				2018/ 2017	2019/ 2017	2018/ 2017	2019/ 2017
Всього довгострокові зобов'язання:	10	10	85 000	0	84 990	0	100
Довгострокові кредити банків	10	10	10	0	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	10	10	85 000	0	84 990	0	100
Всього поточні зобов'язання:	1 500 000	3 000 000	2 900 000	15000 00	-100 000	50	-3
Короткострокові кредити банків	10	10	10	0	84 990	0	100
Доходи майбутніх періодів	10	10	10	0	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	180 000	290 000	70 000	0	84 990	0	100
Торгова та інша кредиторська заборгованість (у тому числі):	1 300 000	2 700 000	2 800 000	15000 00	-100 000	50	-3

Згідно таблиці 3.4 побудуємо графік співвідношення довгострокової та короткострокової заборгованостей.



Рисунок 3.6 – Динаміка обсягів заборгованостей ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за 2017-2019рр.

Отже, було виявлено, що дочірнє підприємство «Кондитерська корпорація РОШЕН» має велику кількість короткострокових зобов'язань, а саме: у 2017 р. кількість поточних зобов'язань склала 1 500 000 тис. грн.; у 2018 р. їх кількість зросла у два рази і стала 3 000 000 тис. грн.; а у 2019 р., навпаки, зменшилась на 3,5% і стала 2 900 000 тис. грн. В той час, як довгострокових зобов'язань у

досліджуваного підприємства не протягом 2017-2018 рр. взагалі не було, а у 2019р. кількість довгострокової заборгованості склала лише 85 000 тис. грн.

Виходячи з цього, для покращення фінансового потенціалу підприємства та стабілізації фінансового стану необхідно:

1. Збільшити частку оборотних (ліквідних) активів;
2. Зменшити частку поточних зобов'язань.

Для вирішення першої проблеми, тобто для збільшення частки оборотних (ліквідних) активів та підвищення їх ефективності потрібно зменшити виробничі запаси та раціональніше використовувати матеріальні запаси, адже через їх наднормативну кількість уповільнюється оборотність оборотних активів. Таким чином, для підвищення ліквідності (платоспроможності) необхідно прискорити оборотність активів, що в свою чергу залежить від виробничого циклу. Тож, якщо скоротити цей цикл, то підприємства матиме можливість швидше перетворювати менш ліквідні активи у високоліквідні, що підвищить здатність компанії розраховуватись зі своїми боргами.

Поліпшити ліквідність підприємства можна завдяки таким засобам як зміна умов та строків кредитів, продаж активів, обладнання та зайвих запасів та зміна кредиторської заборгованості за рахунок політики. Виходячи з цього, робимо висновок, що для покращення системи управління оборотними засобами підприємства необхідно приймати рішення, що будуть компромісними і зможуть знайти найкраще співвідношення між управлінням дебіторською заборгованістю, запасами та ліквідністю підприємства.

Для вирішення другої проблеми, тобто для зменшення частки поточних зобов'язань, рекомендуємо перекласти частину короткострокової (поточної) заборгованості в довгострокову, тобто замість поточних позик і кредитів залучити довгострокові, або провести реструктуризацію заборгованості підприємства.

Розглянемо основні способи та підходи до реструктуризації (табл.3.5).

Таблиця 3.5 – Способи та методи реструктуризації заборгованості підприємства

Спосіб	Характеристика	Методи
Зміна змісту зобов'язань	Таке рішення приймається і характеризується відповідно до конкретного досліджуваного підприємства в залежності від складності, витрат, строків та ризиків.	Коли підприємство-боржник не може виплатити свої борги коштами, то воно може розрахуватись ліквідним товаром або майном і таким чином погасити свої поточні борги. Також, якщо і боржник, і кредитор мають інші зворотні зобов'язання, тобто зобов'язання при яких кредитор і боржник міняються місцями, то сторони можуть домовитись і розрахуватись іншими зобов'язаннями.
Зміна строків платежів	Для даного способу характерним є відкладення терміну погашення заборгованості. За таку можливість, зазвичай, підприємство-боржник виплачує додаткову суму. Дану проблему можливо вирішити трьома різними способами: розстрочкою, відстрочкою та комплексом розстрочення та відстрочення.	Розстрочка. Метод, при якому заборгована сума виплачується поступово кількома платежами.
		Відстрочка. При цьому методі відбувається подовження терміну погашення боргу, тобто боржників надають певний додатковий час.
		Комбінація. Для даного методу характерним є застосування і розстрочки і відстрочки, тобто підприємство-боржник виплачує свій борг частинами протягом нового терміну погашення.

Реструктуризацію можна проводити коли:

1. Існує фінансова криза на підприємстві;
2. Становище підприємства є повністю задовільним, але прогноз щодо діяльності підприємства є несприятливим;
3. Становище підприємства є повністю задовільним та є можливість його подальшого покращення.

Адже, реструктуризація дозволяє змінити всі основні структури підприємства та його складові – активи, пасиви, структуру власності, тощо.

Отже, проаналізувавши способи та методи, можемо стверджувати, що впровадження заходів згідно даних методів та способів дадуть можливість покращити не тільки фінансовий стан підприємства, а й загалом його фінансовий потенціал.

3.4 Прогнозування можливих змін в системі управління фінансовим потенціалом досліджуваного підприємства після реалізації запропонованих заходів

В результаті вищенаведених досліджень виявлено, що у досліджуваного підприємства високий рівень фінансового потенціалу, проте є тенденція до зменшення важливих показників, тож було запропоновано нові способи, методи та заходи, що допоможуть стабілізувати та покращити вже наявний фінансовий потенціал. Цими підходами стали – збільшення частки оборотних активів та зменшення частки поточних зобов'язань шляхом реструктуризації боргу.

Отже, використаємо системний підхід щодо підвищення фінансового потенціалу та проведемо реструктуризації і за рахунок зменшення кількості необоротних активів на 20% збільшимо кількість оборотних активів, а також частину короткострокових зобов'язань перемістимо в довгострокові (15%).

Далі знову дослідимо показники ймовірності банкрутства вже з новими прогнозованими даними за допомогою математичних моделей Таффлера, Альтмана та Лиса, щоб чітко зрозуміти чи будуть дані заходи позитивно впливати на фінансовий потенціал та розвиток досліджуваного підприємства.

Розрахуємо нові прогнозовані дані ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за формулою 3.4 згідно моделі Таффлера (табл.3.6).

Таблиця 3.6 – Показники ймовірності банкрутства за моделлю Таффлера

Показник	2019 р.	Прогноз
X_1	1.228	1.257
X_2	3.02	3.47
X_3	0.174	0.15
X_4	1.018	1.018

Z	1.236	1.307
---	-------	-------

Збудуємо графік показника ймовірності банкрутства досліджуваного підприємства за моделлю Таффлера (рис.3.7).

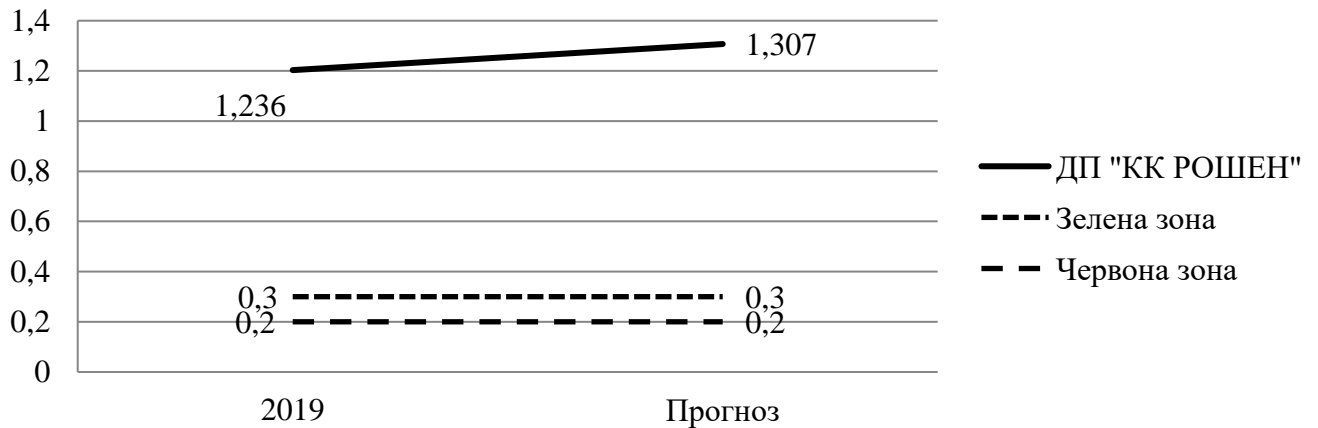


Рисунок 3.7 – Динаміка показника ймовірності банкрутства підприємства (модель Таффлера)

Досліджуючи стан ДП «Кондитерська корпорація РОШЕН» за моделлю Таффлера за новими прогнозованими значеннями можемо чітко спостерігати як показник ймовірності банкрутства йде на підвищення, якщо за наступний рік збільшити оборотні активи на 20%, а поточні зобов'язання зменшити на 15%, то за рік показний ймовірності банкрутства покращиться на 5,43%, що означає зменшення ризику банкрутства та подальше зростання фінансового потенціалу.

Далі, застосуємо модель Альтмана та розрахуємо необхідні показники за формулою 3.5 (табл.3.7).

Таблиця 3.7 – Показники ймовірності банкрутства за моделлю Альтмана

Показник	2019 р.	Прогноз
X_1	0,541	0,631
X_2	0,823	0,823
X_3	0,186	0,186
X_4	4,719	4,719
X_5	1.018	1,018

Z	4,66	4,73
---	------	------

На основі розрахунків зображуємо динаміку показника ймовірності банкрутства за моделлю Альтмана (рис.3.8).

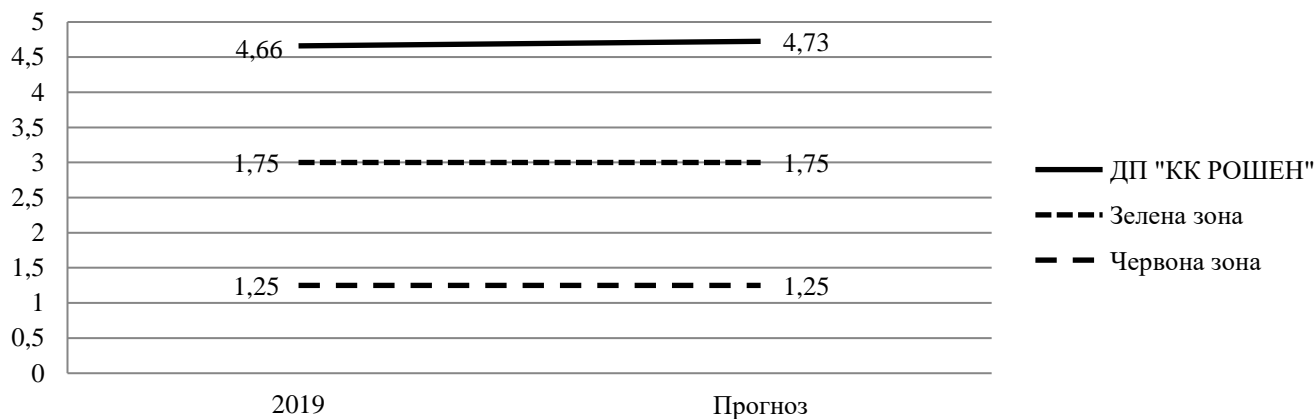


Рисунок 3.8 – Динаміка показника ймовірності банкрутства підприємства (модель Альтмана)

Динаміка показника ймовірності банкрутства за прогнозованими показниками теж покращилась. З 4,66 у 2019 р. показник може піднятися до 4,73, тобто на 1,5%, завдяки впровадженню запропонованих заходів.

Тепер розрахуємо необхідні для комплексного аналізу показники ДП «КК РОШЕН» за моделлю Лиса за формулою 3.6 (табл.3.9).

Таблиця 3.9 – Показники ймовірності банкрутства за моделлю Лиса

Показник	2019 р.	Прогноз
X_1	0,541	0,632
X_2	0,299	0,299
X_3	0,823	0,823
X_4	4,719	4,719
Z	0,113	0,119

На основі розрахунків зображуємо динаміку прогнозованого показника ймовірності банкрутства за моделлю Лиса (рис.3.9).

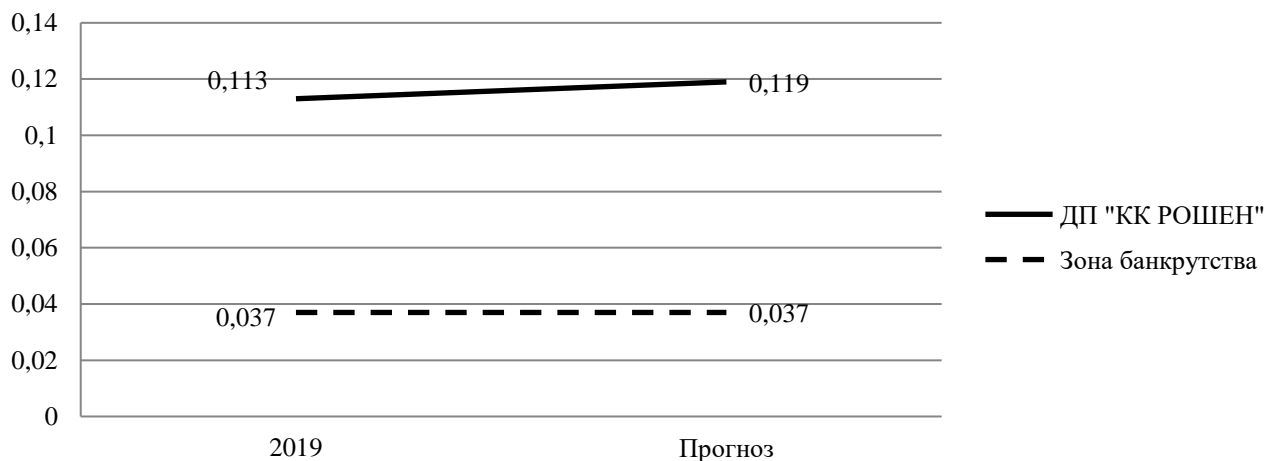


Рисунок 3.9 – Динаміка показника ймовірності банкрутства підприємства (модель Лиса)

Як бачимо з розрахунків, прогнозований показник за прогнозованими умовами збільшився з 0,113 до 0,119, тобто на 5%.

Отже, можна зробити висновок, що збільшення оборотних активів (оборотності та ліквідності) на 15% та зменшення поточних зобов'язань на 20% позитивно вплинуть на динаміку розвитку показника ймовірності банкрутства, фінансову стійкість та загалом на фінансовий потенціал підприємства. Таким чином, запропоновані методи та заходи є ефективними та результативними і можуть сприяти підвищенню ефективності управління фінансовим потенціалом.

Висновок до третього розділу

У третьому розділі було досліджено та проаналізовано: напрями та підходи до підвищення ефективності управління фінансовим потенціалом підприємства; чинники впливу на фінансовий потенціал зовнішнього та внутрішнього середовища досліджуваного підприємства; напрями, що сприятимуть зміцненню та підвищенню фінансової стійкості підприємства; комплекс традиційних та прогресивних методів, що підвищують рівень фінансового та загалом економічного потенціалу підприємства.

В результаті було запропоновано:

1. Заходи, що значно розширять коло потенційних покупців, підвищать імідж та пізнаваність підприємства, що сприятиме залученню нових інвесторів, більш великих замовлень та збільшить прибуток підприємства, що в свою чергу, позитивно відобразиться на фінансовому потенціалі підприємства та його подальшому розвитку;

2. Заходи, що дадуть можливість поступово вивести підприємство з фінансової кризи, створити стабільну фінансову базу, оптимальну структуру балансу та фінансових результатів, підготувати фінансову систему до внутрішніх та зовнішніх змін, що в результаті дозволять забезпечити стійке фінансове становище підприємства у довгостроковій перспективі;

3. Способи, що сприятимуть збільшенню частки оборотних активів підприємства;

4. Методи, які дадуть можливість зменшити поточні зобов'язання підприємства.

В останньому підрозділі було проаналізовано прогнозовані показники ймовірності банкрутства досліджуваного підприємства у випадку реалізації запропонованих, у даній роботі, заходів. Таким чином, виявлено, що запропоновані заходи дають позитивний прогноз на майбутнє для підприємства та сприятимуть покращенню фінансового потенціалу та розвитку підприємства.