

УДК 658.14/17:658:87

Власова Н.О., Мелушова І.Ю.

Ефективність формування фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі

ISBN

Рецензенти:

О.С. Іванілов, д-р. екон. наук, професор, завідувач кафедрою економіки підприємств Харківського державного університету будівництва та архітектури

Рекомендована до друку Вченою радою Харківського державного університету харчування та торгівлі

У монографії досліджено сутність та галузеві особливості формування фінансових результатів підприємств торгівлі. Обґрунтовано методичні підходи до визначення ефективності процесу формування фінансових результатів як складової загального процесу управління підприємством. Запропоновано моделі, що дають можливість впливати на формування та прогнозувати фінансові результати підприємств галузі.

Монографія призначена для наукових та практичних працівників, студентів економічних вузів та факультетів, які навчаються за навчальними планами підготовки бакалаврів, спеціалістів, слухачів магістерських програм, аспірантів відповідних фахових спрямувань, викладачів економічних дисциплін навчальних закладів усіх рівнів акредитації.

Рис. 7. Табл. 36. Бібліогр.: 158 назв.

ISBN

© Власова Н.О., Мелушова І.Ю., 2008

© Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2008

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. Основні теоретичні положення формування фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі.....	6
1.1. Економічна сутність понять «прибуток» і «фінансові результати».....	6
1.1.1. Сучасне розуміння категорії «прибуток».....	6
1.1.2. Економічний та бухгалтерський прибуток.....	11
1.1.3. Економічна сутність «фінансових результатів».....	22
1.2. Види фінансових результатів.....	27
1.3. Система факторів, що впливають на формування фінансових результатів торговельного підприємства.....	36
1.4. Формування фінансових результатів як елемент процесу управління підприємством.....	44
1.5. Оцінка ефективності процесу формування фінансових результатів.....	52
РОЗДІЛ 2. Аналіз фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі.....	59
2.1. Динаміка та склад фінансових результатів.....	59
2.2. Оцінка ефективності формування фінансових результатів.....	75
2.3. Фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що визначають фінансові результати.....	95
РОЗДІЛ 3. Моделі формування фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі.....	121
3.1. Використання маржинального аналізу при формуванні фінансових результатів від основної діяльності.....	121
3.2. Факторне моделювання фінансових результатів.....	134
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	148
ДОДАТКИ.....	159

ВСТУП

На сучасному етапі економічного розвитку України в умовах реальної самостійності суб'єктів господарювання все більшого значення набуває реалізація принципів самоокупності та самофінансування. Основним фактором їх реалізації є формування достатнього розміру фінансових результатів, які одночасно завершують цикл діяльності підприємства і виступають необхідною умовою наступного циклу. Провідна роль фінансових результатів пов'язана з тим, що вони забезпечують зміцнення бюджету держави, сприяють інвестиційній привабливості, діловій активності підприємств у виробничій і фінансовій сферах.

Проблеми та різні аспекти управління фінансовими результатами досліджувалися як закордонними та вітчизняними вченими – економістами. Вивчення опублікованих робіт і практика господарської діяльності свідчать про відсутність достатнього висвітлення принципово важливих питань, пов'язаних з формуванням фінансових результатів як самостійним об'єктом керування. Дотепер залишаються недостатньо розробленими теоретичні положення про економічний зміст фінансових результатів, їх місце в управлінні операційною та фінансово-інвестиційною діяльністю підприємств. Вимагають удосконалення методи формування необхідного їх розміру, що забезпечує рішення поточних цілей розвитку підприємств.

Актуальність проблем підвищення ефективності формування фінансових результатів, недостатність їх теоретичного розгляду та практичного використання в підприємствах торгівлі вимагає досконалого дослідження. Для обґрунтування теоретичних положень та розробки науково-методичних рекомендацій, що забезпечують ефективність процесу формування фінансових результатів у підприємствах роздрібної торгівлі потрібно вирішити наступні завдання:

- розмежувати поняття «прибуток» та «фінансові результати», уточнити поняття «фінансові результати»;
- систематизувати та уточнити економічний зміст основних показників, що характеризують фінансові результати на різних етапах їх формування;
- виділити найбільш істотні ознаки та основні групи факторів, що впливають на формування фінансових результатів в підприємствах роздрібної торгівлі;
- визначити зміст процесу формування фінансових результатів у підприємствах роздрібної торгівлі та його ефективності;

- обґрунтувати систему показників для оцінки ефективності формування фінансових результатів в підприємствах роздрібно́ї торгівлі;
- проаналізувати стан, тенденції та ефективність формування фінансових результатів в підприємствах роздрібно́ї торгівлі;
- виявити ступінь впливу різних факторів на ефективність формування фінансових результатів в умовах мінливості зовнішнього середовища;
- розробити методичний інструментарій, що дозволяє підвищити обґрунтованість господарських рішень у процесі формування фінансових результатів в підприємствах роздрібно́ї торгівлі.

Основні положення, викладені у монографії можуть бути використані керівниками і фахівцям підприємств галузі з метою забезпечення ефективності процесу формування фінансових результатів; під час викладання профілюючих економічних дисциплін; для самостійної роботи студентів усіх форм навчання з курсів «Економіка підприємств», «Фінанси підприємств», «Фінансовий менеджмент», «Економіка та планування діяльності підприємств торгівлі та харчування» для написання курсових і дипломних робіт студентам економічних спеціальностей.

РОЗДІЛ 1

ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

1.1. Економічна сутність понять «прибуток» та «фінансові результати»

1.1.1. Сучасне розуміння категорії «прибуток»

Базовим поняттям даної монографії є поняття «фінансові результати», яке досить часто зустрічається у вітчизняній і закордонній економічній літературі. Особлива увага до даного поняття виникла у зв'язку з переходом України на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та нові форми фінансової звітності підприємств, починаючи з 2000 року. Форма 2 фінансової звітності в Україні називається «Звіт про фінансові результати» на відміну від аналогічної форми «Звіт про прибуток та збитки», що використовується в міжнародній практиці. У зв'язку з паралельним існуванням понять «прибуток, збитки» та «фінансові результати» виникає ряд питань як практичного, так і теоретичного характеру. До них варто віднести:

- чи є дані поняття тотожними;
- якщо вони розрізняються, то в чому складаються ці розходження;
- чи є ці розходження тільки кількісними або мають місце і якісні відмінності;
- який економічний зміст у поняття «фінансові результати»?

Відповіді на дані питання й, у першу чергу, теоретичне осмислення поняття «фінансові результати» дозволять підвищити якість управління господарською діяльністю підприємств.

Багато авторів ототожнюють поняття «прибуток» та «фінансові результати». Так, Єфімова О.В., Мірошник М.В. під фінансовим результатом розуміють прибуток і відзначають, що «річний звіт про прибутки та збитки узагальнює інформацію про фінансові результати...» [1, с.214]. Савицька Г.В. пише: «фінансові результати діяльності підприємства характеризуються сумою отриманого прибутку та рівнем рентабельності» [2, с. 502]. Аналогічно не розділяють дані поняття й багато інших фахівців в області

бухгалтерського та податкового обліку, економічного та фінансового аналізу, фінансового менеджменту [3-12].

В українському виданні «Фінансового словника» фінансовий результат розглядається із двох позицій: 1) як різниця між доходами і витратами підприємства або його підрозділів за певний час та 2) як приріст або зменшення вартості власного капіталу підприємства внаслідок діяльності у звітному періоді. При цьому відзначається, що в бухгалтерському обліку фінансовий результат визначають, обчислюючи та балансуючи всі прибутки та збитки (втрати) за звітний період [3, с. 381].

Прибуток авторами даного словника визначається також неоднозначно: 1) як сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати; 2) як перевищення сукупних доходів над сукупними витратами. Кількісно прибуток розраховується як різниця між валовою виручкою (без ПДВ та акцизного збору) і витратами на виробництво та реалізацію продукції (робіт, послуг). Також підкреслюється, що прибуток є узагальнюючим показником фінансових результатів виробничо-господарської діяльності підприємства, характеризує частину чистого доходу, отриманого на вкладений капітал підприємства, що є нагородою за ризик підприємницької діяльності [3, с. 356]. Далі розглядається цілий перелік показників прибутку, які відрізняються методами розрахунку на рівні підприємства. До них віднесені: балансовий, валовий, бухгалтерський, маржинальний, чистий та ін. види прибутку.

Як вже було відзначено, відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 3 в Україні господарюючі суб'єкти складають «Звіт про фінансові результати», у якому підводять підсумки доходів та витрат звітного періоду. У розділі «загальні положення» даного стандарту, поряд з визначенням термінів «доходи», «витрати» даються характеристики прибутку та збитку, які являють собою відповідно суми перевищення доходів над пов'язаними з ними витратами або витрат над пов'язаними з ними доходами [13, с.1]. У даному положенні фінансові результати також асоціюються з показниками прибутку. «Звіт про фінансові результати» дає можливість визначити основні причини прибутковості (збитковості) підприємства. Основною метою даного звіту є освідомлення користувачів про прибуток (збиток), що отриманий (понесений) підприємством [13-16].

У всіх перерахованих вище визначеннях:

- немає чіткого розмежування понять «прибуток» і «фінансові результати»;

- плутаються якісні, сутнісні характеристики понять із кількісним виміром показників у практиці господарської діяльності;
- відсутня чіткість у розумінні доходів і витрат підприємства.

Економісти трактують прибуток набагато ширше та розглядають його із двох сторін: як економічну категорію і як результат (показник) практичної діяльності господарюючих суб'єктів.

З погляду економічної теорії прибуток є складною економічною категорією, історичний погляд на розуміння сутності якої свідчить про неоднозначність її трактувань. Зупинимось коротко на основних етапах розвитку класичної економічної науки, які розрізняються підходами до визначення природи прибутку та джерел його виникнення.

Представники класичної економічної теорії А. Сміт, Д. Риккардо, Д.С. Міль, Ж.Б. Сей та ін. розглядали прибуток як доход, що виникає в результаті прав володіння капіталом, землею та працею. А. Сміт трактував прибуток як закономірний результат продуктивності капіталу: нагороду капіталістові за його діяльність і ризик; відрахування частини неоплаченої праці найманого робітника. У зв'язку із цим він підкреслював: «...хазяїн одержує частину продукту їхньої праці, або частину вартості, що праця додає до предметів, які їм обробляються; ця частка й становить прибуток хазяїна» [17, с. 64]. Теоретики даного напрямку обґрунтували ідею створення прибавочної вартості в галузях матеріального виробництва. Вони виділили поняття прибутку в особливу економічну категорію, яку досліджували в тісному взаємозв'язку із процесом нагромадження капіталу, з факторами росту суспільного багатства.

Джерело формування прибутку економічна теорія К. Маркса та його послідовників пояснює природою капіталістичної експлуатації. Прибуток у цьому випадку трактується як перетворена форма прибавочної вартості, результат співвідношення необхідної та прибавочної праці. К. Маркс вважав, що робітник на капіталістичному підприємстві створює вартість, що перевищує вартість його робочої сили, тобто прибуток створюється не всім авансованим капіталом, а тільки його змінною частиною [18].

Неокласична (маржинальна) школа економічної теорії, засновниками якої були У. Джевонсон, К. Менгер, Л. Вальрас, А. Маршалл, Д.Б. Кларк, Ф. Найт та ін., ґрунтуючись на теорії продуктивності капіталу та концепції граничної корисності визначали прибуток як нагороду за використання капіталу та інших факторів виробництва або за ризик в умовах невизначеності недосконалої конкуренції [19].

У кейнсіансько-неокласичному напрямку можна виділити наступні теорії прибутку [20, 21]: виробничого капіталу, у якій прибуток - результат функціонування капіталу як обов'язкового фактора будь-якого виробництва; стримування, при якій прибуток є нагородою за відстрочку особистого споживання власного капіталу, за ризик очікування ефекту від вкладених у виробництво засобів; прибутку як трудового доходу від підприємницької діяльності у всіх її проявах; прибутку як результату існування монополії. В основі даних теорій лежить постулат про обмеженість ресурсів в умовах ринкової економіки, що регулюється політикою держави.

Сучасні теорії прибутку базуються на соціальних аспектах і ролі, що підвищується, політики держави, суспільних інститутів у розподілі економічних благ. Прибуток у цьому випадку розглядається як сукупність економічних благ, які одержують суб'єкти господарювання в результаті своєї діяльності. Економічні блага є об'єктом або результатом економічної діяльності, тобто ті, які можна одержати в кількості, обмеженій у порівнянні із потребами, що задовольняються [22-24]. У цьому зв'язку, відзначимо ряд положень:

1. У сучасному світі, де розподіл власності втратив колишню «досконалість», капітал як універсальне джерело доходу, протистоїть самому доходу, як результату продуктивного використання капіталу [25, т.2, с. 306].

2. Капітал як продуктивна сила включає все корисне для виробництва - уміння людини, його утягнення у ділові відносини, землю, сировину матеріали, дороги, мости, будинки, машини та навіть сила громадського порядку [25].

3. Широке розуміння капіталу не виключає розходжень між особистісними, персональними його елементами (праця та заповзятливість) і неособистими (землею, виробничим устаткуванням та ін.). Останні, відчужувані від їхніх власників, можуть і продаватися, і здаватися в оренду, тобто мати відповідно капітальні або орендні (прокатні) ціни [26-28]. Послуги персональних факторів у сучасному суспільстві здаються тільки в оренду (наймаються) за прокатними цінами.

4. Неособистий капітал може бути представлений капітальним майном, тобто набором капітальних благ, і фінансовим капіталом. Капітальні блага це фактори виробництва у формі запасу або його ціннісному вираженні. Фінансовий капітал - це капітал у ліквідній формі (акції, зобов'язання, гроші).

5. Капітал як продуктивна сила, що бере участь у створенні доходу розділяється на реальний і капітал-цінність. Реальний капітал - це капітальні блага, що є джерелом створення реального доходу, тобто реальних економічних благ. Капітал-цінність - це ринкова цінність капітальних благ, що формує ринкову цінність створених економічних благ.

6. «Для виробничих ресурсів, що обертаються на ринку, існує обумовлене ринком співвідношення між річною цінністю їхніх послуг, або принесеного ними доходу, і ринковою цінністю доходу та капіталом цінністю» [27, с. 308]. Ця пропорційна різниця між ринковою цінністю створених економічних благ (цінністю доходу) і капіталом цінністю відповідає доходу власника ресурсу.

З огляду на, вищесказані положення, **торговельний прибуток треба «розглядати не як один з видів доходів функціонального характеру, а як специфічне подання доходу кожного з безлічі факторів виробництва» [27, с. 309], а саме як частку капітальної цінності відповідного джерела факторних послуг.** При цьому фактором виробництва є торговельний капітал, послуги якого складаються в реалізації товарів, створених у виробничій сфері, і доведенні їх до кінцевого споживача. Торговельний капітал опосередкує значну частину економічних зв'язків ринкового господарства, кругообіг капіталу та процес відтворення в цілому. Багато авторів, розглядаючи торговельний прибуток, визначають його як частину прибутку виробників товарів, що надається торговельним підприємствам за виконуваних послуги [29-31]. Вони виходять із того, що в процесі обміну не виробляються матеріальні блага. Дана точка зору, на нашу думку, звужує розуміння торговельного прибутку та не відбиває його економічну природу в силу наступних обставин:

- обмін продуктивний, оскільки він сприяє більшій ефективності використання ресурсів;

- при інформованому та добровільному обміні обоє учасника виграють, віддаючи щось меншої цінності за щось більшої цінності. Обмін продуктивний, оскільки він збільшує багатство обох учасників;

- більше того виробники конкретних товарів «на самому-то ділі» теж нічого не роблять: вони просто з'єднують вхідні матеріали в більш коштовні комбінації;

- ефективність, результативність вимірюється відношенням однієї цінності до іншої, а не відношенням яких-небудь фізичних величин [27, 32].

Таким чином, ми бачимо, що теорії прибутку розвивалися та видозмінювалися разом з розвитком виробництва й економічних відносин, але **прибуток як і раніше є складною економічною категорією, в основі якої лежать ціннісно-вартісні відносини між суб'єктами господарювання (власниками факторів виробництва) із приводу створення, перерозподілу та форми присвоєння економічних благ, створених у результаті виробничо-фінансових процесів.**

Важливість і значимість категорії прибутку визначається тією роллю, що він виконує в господарському механізмі сучасного суспільства. **Прибуток на рівні підприємства є основним мотивом підприємницької діяльності; критерієм ефективності господарської діяльності; головним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів для розвитку підприємства; захисним механізмом від погрози банкрутства; джерелом росту ринкової вартості підприємства [31, 33-36]. На рівні суспільства в цілому прибуток є рушійною силою економічного розвитку, а також важливим джерелом задоволення соціальних, екологічних та ін. суспільних потреб.**

1.1.2. Економічний та бухгалтерський прибуток

Основною самостійно господарюючою одиницею сучасної економіки, у якій формується прибуток, є підприємство. В «Господарському кодексі України» у статті 62 відзначено, що «підприємство - самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності...» [37, с. 45]. При цьому в статті 3 під господарською розуміється «діяльність суб'єктів господарювання в сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт або надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність». Далі підкреслюється, що господарська діяльність комерційних підприємств здійснюється для досягнення економічних та соціальних результатів і з метою одержання прибутку [Там же, с.4].

У сучасний час загально визнаною базовою концепцією розуміння сутності підприємства у світовій економічній науці є неокласична теорія. Відповідно до неї підприємство, виконуючи основну (виробничу) функцію, перетворює обмежені ресурси в продукцію (товари, послуги), що продаються

на вільному ринку [38-40]. Параметри виробничої функції підприємства визначаються тими конкретними технологічними процесами, які використовуються для виробництва продукції, а головне завдання, що вирішує підприємство як на ринку ресурсів, так і на ринку продуктів, - знайти такі обсяги та співвідношення ресурсів, які дозволили б установити ціну на продукцію, що максимізує прибуток підприємства. При цьому передбачається, що підприємство випускає таку кількість продукції, при якому граничні витрати дорівнюють ринковій ціні, що є умовою максимізації прибутку. Прибуток виступає тут як форма вираження результативності, ефективності роботи підприємства [41]. Передбачається, що якщо підприємство не максимізує прибуток, то воно рано або пізно буде виключено із числа агентів ринку в ході природного відбору, що реалізується механізмом ринкової конкуренції. Таким чином, підприємство в неокласичній теорії виглядає як «чорний ящик», у якому ресурси трансформуються в продукти відповідно до характеру виробничої функції (що виражає технологічну залежність останніх від перших) і тим зовнішнім середовищем (ринковою структурою), що визначає спосіб максимізації прибутку як цільової функції підприємства (досконала конкуренція, монополія, олігополія, монополістична конкуренція) [42].

Мікроекономіка залежно від підходів до оцінки розглядає прибуток підприємства у двох аспектах: економічному та бухгалтерському. **Під економічним прибутком розуміють - загальну виручку за винятком всіх витрат (зовнішніх та внутрішніх, включаючи в останні й нормальний прибуток підприємця) [39, с.46].** До *зовнішніх витрат* відносять плату за ресурси постачальникам, що не належать до числа власників даного підприємства, а до *внутрішніх витрат* - грошові виплати, які могли б бути отримані за власні ресурси при найкращому з можливих способів їх використання. Нормальний прибуток як частина внутрішніх витрат являє собою мінімальну плату, необхідну для утримання підприємця (власника) у рамках даного напрямку діяльності. Звідси економічний прибуток - це доход, отриманий понад нормальний прибуток [38-41].

Бухгалтерський прибуток являє собою загальну виручку фірми за винятком тільки зовнішніх витрат [38, 39, 41]. У цьому випадку *розходження зв'язані* не стільки з кількісними вимірами результатів діяльності підприємства, а з *економічними відносинами між власниками підприємства та зовнішніми постачальниками ресурсів із приводу використання обмежених ресурсів і розподілу отриманих доходів між ними.*

Результат діяльності підприємства як різниця між доходами та видатками (витратами) визначається, також ще й тим, що розуміють під «доходами» і що під «витратами».

У цьому плані цікавої представляється точка зору вчених німецької економічної школи [43, 44], які розділяють такі поняття як «платежі», «видатки», «бухгалтерські витрати», «економічні витрати» та «надходження», «виручка», «продуктивність» (в російськомовній економічній літературі відповідно «платежи», «расходы», «затраты», «издержки» и «поступления», «выручка», «продуктивность»).

Перш за все зупинимось на розмежуванні понять *платежі, виплати, видатки, витрати економічні та бухгалтерські*.

Деякі автори використовують їх як синоніми, деякі не акцентують увагу на розходженнях цих понять [4, 48-50]. Ряд авторів, особливо в перекладних виданнях, розкриваючи природу, склад розглянутих понять, по-різному називають ті самі економічні явища, то «затратами», то «издержками», то «расходами» [39, 41].

Розходження в поняттях виникають спочатку на теоретичному рівні. Для того, щоб розібратися в економічній їх природі витрат потрібно почати дослідження з перетворень, які відбулися з термінами «цінність» та «вартість» у російськомовній економічній літературі ХХ століття.

Якщо в основних західноєвропейських мовах (англійському, німецькому, французькому) слова, що позначають ціну (price, Preis, prix) і цінність (value, Wert, valeur), мають різне походження, то в російській мові вони однокорінні. Це стало однією із причин (хоча й не головною) того, що у виданнях в ХІХ - початку ХХ ст. у перекладах західноєвропейських економістів друга група слів завжди переводилася як «цінність» і ніколи як «вартість». Вартість використовувалася для передачі англійського «cost» або німецького «Kosten». У цих же значеннях використовувалися слова «цінність» і «вартість» в оригінальній російській літературі [27].

Розрив у поняттях відбувся в 30-х роках, коли в перекладах творів К. Маркса та Ф. Енгельса термін «цінність» був замінений терміном «вартість». Нова термінологія стала обов'язковою для радянських економістів, у відповідність до неї були приведені й нові переклади А.Сміта, Д.Риккардо, Дж.С. Мілля. Поняття «вартість» підкреслювало витратний, трудовий підхід в економічних оцінках. Використання терміна «вартість» у значенні «цінність» спричинило заміну терміна «вартість виробництва» терміном «издержки производства» або просто «издержки». У той же час у

більшій частині останніх видань перекладної економічної літератури [43, 94 та ін.] поняття вартості виробництва передавалося й передається терміном «затрати». При цьому, якщо термін «цінність» відносно економічної цінності практично відновлений [27], то «вартість виробництва» у його традиційному значенні ще не знаходить відповідного відбиття в економічній літературі. Його заміняють або терміном «затрати» [27], або терміном «издержки» [41], вкладаючи в них той самий зміст.

«Сутність цінності, її субстанція - це певна економічна діяльність, що включає мету (результат) і кошти (витрати). Економічна цінність є у свою чергу єдність результату (корисності) і витрат» [49, с.82]. Економічний суб'єкт (окремий виробник) не буде здійснювати витрати, якщо вони не оправдані результатами, тобто корисністю створюваних благ [там же с. 83].

«...економічний товар містить у собі одночасно й благо (оскільки він потрібний споживачеві), і витрати (оскільки для його виробництва необхідні ресурси). Ці якості товарів проявляються як їхня корисність (оскільки задовольняють наші потреби), рідкість (оскільки для їх виробництва потрібні обмежені ресурси) ...» [там же, с. 85].

Не вносячи змін у сформовану термінологію, у термін «економічні витрати» («издержки») ми будемо вкладати значення категорії «вартість виробництва».

Такої точки зору дотримується група авторів 2-х томного видання «Мікроекономіки», які відзначають, що «поняття витрат звичайно асоціюється з певними втратами, жертвами, які доводиться нести для одержання деяких корисних результатів» [27, с.314]. Аналогічний зміст у це поняття вкладають і автори «Економікс» [39] та «Мікроекономіки» [41]. Перші відзначають, що «розуміння економістами витрат ґрунтується на факті рідкості ресурсів і можливості їх альтернативного використання... Витрати в економіці безпосередньо пов'язані з відмовою від можливості виробництва альтернативних товарів і послуг. Точніше кажучи, економічні, або поставленні («вмененные») витрати будь-якого ресурсу, обраного для виробництва товару, дорівнюють його вартості, або цінності, при найкращому із всіх можливих варіантів використання» [39, т. 2, с.45]. Р. Піндайк та Д. Рубінфельд визначають, що витрати, пов'язані з можливостями, які упущені, щодо найкращого використання ресурсів фірми [41, с. 190].

Таким чином, якщо під *економічними витратами* мати на увазі «вартість виробництва», то характерними рисами для них є:

- 1) використання ресурсів в ім'я одержання результату;
- 2) обмеженість ресурсів, що використовуються;
- 3) можливості альтернативного використання ресурсів.

Економічні витрати можуть розглядатися з позицій окремого товаровиробника (підприємства) - приватні витрати, або суспільства в цілому - суспільні витрати. При цьому кількісно ці витрати не збігаються, тобто сукупні витрати всіх підприємств не дорівнюють витратам суспільства в цілому в чинність дії зовнішніх ефектів.

Обидва види витрат можуть бути представлені двома способами. «По-перше, як цінність витрачених ресурсів у фактичних цінах їх придбання. І по-друге, як цінність інших благ, які можна було б одержати при найбільш вигідному із всіх можливих альтернативних напрямків використання тих же ресурсів» [27, с.315]. Такий розподіл витрат на бухгалтерські та економічні розглядається у всій сучасній економічній літературі, що присвячена даним проблемам. **Бухгалтерські витрати - це витрати виробництва, економічні витрати - це витрати сприятливих можливостей, або цінності найкращої з відкинутих альтернатив, або просто альтернативні витрати.** Витрати на виробництво можуть збігатися з альтернативними витратами, але можуть і не збігатися. Останнє обумовлено можливими відхиленнями цін на ринках ресурсів від рівноважних.

Кемпбелл Р. Макконнелл, Стенлі Л. Брю, опираючись на поняття поставлених або альтернативних витрат визначають економічні витрати в такий спосіб: « ... це ті виплати, які фірма зобов'язана зробити, або ті доходи, які фірма зобов'язана забезпечити постачальнику ресурсів для того, щоб відволікти ці ресурси від використання в альтернативних виробництвах» [39, с. 45].

Важливим у розумінні сутності економічних витрат є їх розподіл на зовнішні та внутрішні, або на явні та неявні. Даний розподіл визначається наявністю різних власників на ресурси. *Зовнішні або явні витрати* - це витрати на оплату, чужих ресурсів, що купуються, тобто ресурсів, які належать постачальникам, що не є власниками підприємства, фірми. *Внутрішні або неявні витрати* - це грошові платежі, які могли б бути отримані за самостійно використовуваний ресурс, що перебуває у власності підприємства, фірми, при найкращому - з можливих способів його застосування.

Різноманіття варіантів тлумачення в теорії економіки та організації виробництва понять «витрати» пов'язане з неоднаковою інтерпретацією ознак, що їх визначають.

Зупинимося більш докладно на виділенні основних ознак, що характеризують поняття «економічні витрати» («издержки»), які формуються на рівні підприємств і фірм. Ми згодні з думкою авторів перекладного підручника «Економіка підприємства» [43], у якому під витратами підприємств (фірм) розуміють оцінене в грошовому вираженні споживання виробничих факторів з метою виготовлення продукції й підтримки працездатності. Вони підкреслюють, що ознаками цього поняття є: споживання виробничих факторів; зв'язок спожитих виробничих факторів з виробництвом продукції; оцінка споживання виробничих факторів у грошовій формі. На нашу думку, дані ознаки слід уточнити тим, що фактори виробництва можуть перебувати як у власності власників підприємства, так і у власності зовнішніх контрагентів. Економічні витрати підприємств впливають на економічний прибуток підприємства.

Бухгалтерські витрати («затрати») підприємств не ідентичні його економічним витратам по ряду параметрів:

- по-перше, вони пов'язані тільки з оплатою факторів виробництва, які надходять у підприємство ззовні;

- по-друге, вони не завжди пов'язані безпосередньо з виробничим процесом як предметно, так і у часі;

- по-третє, вони формуються відповідно до нормативних і законодавчих актів по формуванню прибутку, що підлягає оподаткуванню, та впливають на фінансові результати.

У зв'язку із цим: «Витрати («бухгалтерські») являють собою розподілені по періодах видатки підприємства, що впливають на результати господарської діяльності, грошова оцінка яких відповідає основним приписанням щодо складання звітності» [43 с. 485].

Так до складу бухгалтерських витрат не включаються додаткові (внутрішні) витрати, до складу економічних витрат не включаються нейтральні витрати (це або витрати не виробничого характеру, або ті, що не віднесені до даного періоду й даного підприємства). Бухгалтерські витрати підприємств формують собівартість продукції, послуг, робіт.

Поняття «видатки» («расходы») є в основному фінансовою категорією і являє собою «негативний потік платежів», тобто зменшення платіжних коштів.

У міжнародній практиці фінансового обліку під «видатками» розуміють зменшення економічних вигід за звітний період, що виражається в зменшенні або втраті вартості активів або в збільшенні зобов'язань, які приводять до зменшення капіталу (зменшення капіталу не за рахунок вилучень власників). При цьому збитки вважаються видатками та не виділяються в окремий елемент фінансової звітності.

Відповідно до пункту 3 національного П(С)БО 1 «видатки» - це зменшення економічних вигід у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які ведуть до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення за рахунок його вилучення або розподілу власниками).

Визначення видатків включає збитки, а також видатки, що виникають у процесі звичайної діяльності підприємства. Останні містять у собі такі видатки, як собівартість продажів, заробітна плата, амортизація, оскільки звичайно саме ці видатки мають форму відтоку коштів або зменшення активів. У зв'язку із цим видатки та витрати підприємств частково збігаються, але вони мають і істотні відмінності, які полягають у наступному:

- по-перше, вони не завжди збігаються в часі - видатки виникають на момент платежу, а витрати - на момент споживання у виробничому процесі;
- по-друге, вони можуть мати різну вартісну оцінку;
- по-третє, видатки можуть бути не пов'язані з виробництвом, а витрати не пов'язані із платежами.

Варто звернути увагу й на розходження понять «видатки» і «виплати» або «платежі». Якщо виплати або платежі - це фактичні видатки коштів, покупка за готівку, то видатки це ще й виникнення зобов'язань.

Розмежування даних категорій відіграє важливу роль не тільки в теоретичному плані, але й практичному їх використанні в управлінні підприємством. У таблиці 1.1 представлені основні характеристики витрат, витрат і видатків підприємств.

Для визначення прибутку та фінансових результатів підприємств важливо чітко співвідносити різні види витрат з різними видами доходів (надходженнями, виручкою, продуктивністю). Узагальнено основний зміст даних понять та результат їх зіставлення представлені в табл. 1.2.

Дамо деякі пояснення. До виручки в цьому випадку не відносять надходження, що не збільшують чисті активи (одержання кредиту, стягнення боргів), а також додаткові вкладення власників у капітал, що збільшують чисті активи. Виручкою є надходження як пов'язані, так і не пов'язані з виробництвом (отримані відсотки за кредит, орендна плата за резервні

земельні ділянки й ін.). Виручка перевищує продуктивність на нейтральну виручку. Продуктивність перевищує виручку на величину додаткової іншої продуктивності (створений патент та ін.) і продуктивності, що пов'язана не з виробничим процесом.

Таблиця 1.1

**Основні характеристики категорій «економічні витрати»,
«бухгалтерські витрати» та «видатки» підприємств**

Ознака	Економічні витрати («издержки»)	Бухгалтерські витрати («затрати»)	Видатки («расходы»)
1.Зв'язок з виробництвом	Пов'язані тільки з виробництвом	Пов'язані як з виробництвом, так і з іншими процесами на підприємстві й поза ним	Пов'язані як з виробництвом, так і з іншими процесами на підприємстві й поза ним
2.Зв'язок з факторами виробництва	Пов'язані як із власними так і залученими ззовні факторами	Пов'язані тільки з факторами виробництва, залученими ззовні	Пов'язані тільки з факторами виробництва, залученими ззовні й іншими платежами
3.Оцінка	У грошовій формі за різними видами оцінок	У грошовій формі за поточними цінами та тарифами	У грошовій формі за поточними цінами та тарифами
4.Вплив на результати роботи підприємства	Впливають на економічний прибуток	Впливають на фінансові результати, оподатковуваний прибуток	Впливають на платоспроможність
5.Роль в управлінні підприємством	Беруть участь в управлінні на основі взаємозв'язку «обсяг виробництва – витрати– прибуток»	Регулюються формуванням фінансової звітності та пов'язані з управлінням собівартістю	Пов'язані з управлінням фінансовими та грошовими потоками
6.Співвіднесення з часом	Визначаються за період на момент споживання факторів виробництва	Визначаються за період, але незавжди збігаються з моментом їх виникнення	Визначаються на момент платежу

Розходження у видах «доходів» та «витрат» визначають розходження у формуванні результативних показників господарської діяльності підприємства. Так, різниця між надходженнями та платежами в кожен даний період часу визначає рівень платоспроможності підприємства; виробничий результат характеризує прибутковість виробничої діяльності; загальний результат представляє балансовий прибуток; економічний результат є не що інше, як економічний прибуток (див. табл. 1.2).

Зміст основних понять, що характеризують види доходів, витрат та результатів діяльності на рівні підприємства

Види доходів	Види витрат	Види результату
Надходження (Нд) – фаза розрахунку в грошовій і безготівковій формах, коли підприємство є одержувачем платежу.	Платежі (Пл) – фаза розрахунку в грошовій і безготівковій формі.	Чистий грошовий потік (ГПч) $ГПч = Нд - Пл$
Доходи* (Д*) - сукупність всієї дебіторської заборгованості (Дз) (майбутні надходження) і надходжень: $Д* = Дз + Нд$	Видатки (Вд) – сукупність кредиторської заборгованості (Кз) (майбутні витрати) і платежі: $Вд = Кз + Пл.$	$Гпч + Дз - Кз$
Виручка (Вр) – грошова форма приходу вартісних засобів протягом року, що веде до збільшення чистих активів (ЧА). $Вр = Ввр + Врн$	Витрати (бухгалтерські) (Вб) – це частина витрат у грошовій формі протягом одного року, які ведуть до зменшення чистих активів (ЧА), що беруть участь у виробництві й вільні від зобов'язань. $Вб = Ввр + Вбн$	Загальний результат (Рз) $Рз = Вр - Вб$ (балансовий прибуток, бухгалтерський)
Нейтральна виручка (Врн) включає надходження, не пов'язані з виробництвом, що збільшують чисті активи, надзвичайну виручку, приватні випадкові надходження в рамках виробничого процесу, нейтральну виручку минулих років.	Нейтральні витрати (Вбн) – витрати, що зменшують чисті активи, але не пов'язані із цілями виробництва, надзвичайні витрати, неперіодичні витрати.	Нейтральний результат (Рн) показує, чого крім виробничого результату домоглося підприємство в інших фазах діяльності (крім виробничої): $(Рн) = Врн - Вбн$
Виробнича виручка (Вв) – дорівнює виручці за винятком нейтрального виторгу: $Вв = Вр - Врн$	Виробничі витрати (Ввб) дорівнюють витратам за винятком нейтральних витрат: $Ввб = Вб - Вбн$	Виробничий результат (Рв) показує, наскільки успішно хазяює підприємство у фазі виробництва: $Рв = Вв - Ввб$ (прибуток основної діяльності, бухгалтерський)
Продуктивність (Пр) – грошова форма речовинного притоку, що у процесі підприємницької діяльності надходить підприємству протягом певного періоду часу.	Економічні витрати (Ве) – грошова форма сукупних витрат живої та уречевленої праці – речовинні витрати в процесі підприємницької діяльності протягом певного періоду.	Економічний результат $Ре = Пр - Ве$ (економічний прибуток)

*Примітка - Виділені фрагменти визначають окремі показники прибутку.

Як елемент господарювання прибуток знаходить своє кількісне вираження в конкретних показниках за допомогою певної системи обліку. У даному напрямку також існують різні підходи до його оцінки. Насамперед, можна умовно виділити економічний та бухгалтерський підходи.

Для економіста прибуток відповідає сумі приросту (зменшення) капіталу власників, що мало місце у звітному періоді. Економіст зосереджує свою увагу на порівнянні сальдо рахунку власного капіталу на різні моменти часу. Він затверджує, що цінність капіталу можна виміряти за допомогою поточної вартості майбутніх чистих надходжень. Але такі надходження базуються на дуже суб'єктивних оцінках, які постійно змінюються, щодо майбутньої ймовірності відносно до величини чистих надходжень, і до факторів дисконтування, застосовуваного до них. Ступінь невизначеності представляє в цьому випадку гальмо у процесі оцінки (наприклад, майбутній строк корисної експлуатації будинків та устаткування або ймовірність стягнення заборгованості) [53, 54, 58].

Більше реалістичним представляється бухгалтерський підхід до оцінки прибутку як різниці між доходами, під якими розуміють збільшення сукупної вартісної оцінки активів підприємства, що супроводжується збільшенням капіталу власників, і витратами, під якими розуміють зменшення сукупної вартісної оцінки активів, що супроводжується зменшенням капіталу власників, за винятком операцій, пов'язаних з навмисною зміною цього капіталу. Даний підхід дає можливість оцінювати всі елементи, що формують остаточне значення чистого доходу [54-57, 59].

Зміст понять «доходи» та «видатки» у сучасних національних стандартах бухгалтерського обліку збігаються з бухгалтерським підходом до оцінки прибутку. Згідно П(С)БО 3 «доходи - збільшення економічних вигід у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які ведуть до збільшення власного капіталу (крім росту капіталу за рахунок внесків власників)» [13, с. 1].

У поняття доходу включається при цьому не тільки виручка, що виникає в результаті звичайної діяльності підприємства, у тому числі продажі, але й роялті, винагороди, відсотки, дивіденди, орендна плата, інші доходи. Інші доходи представляють інші статті, що відповідають визначенню доходу, але які можуть виникати, а можуть не виникати в процесі звичайної діяльності підприємства, але по своїй природі представляють економічні вигоди для підприємства (наприклад, доходи від продажу основних фондів).

Видатки (витрати) відповідно до цього положення це «зменшення економічних вигід у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які ведуть до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення за рахунок його вилучення або розподілу власниками)» [Там же].

Визначення видатків включає збитки, а також видатків, що виникають у процесі звичайної діяльності підприємства. Останні містять у собі такі видатки, як собівартість продажів, заробітну плату, амортизацію, оскільки звичайно саме вони мають форму відтоку коштів або зменшення активів.

Збитками є інші статті, які попадають під визначення видатків, але можуть, як виникати, так і не виникати в процесі звичайної діяльності компанії. Оскільки збитки мають природу зменшення економічних вигід, вони не відрізняються від видатків. У збитки включаються втрати від стихійних лих, реалізації основних засобів, нереалізовані збитки (що виникають у результаті збільшення курсу обміну валюти відносно кредитів компанії в даній валюті) [13].

Процес визначення прибутку включає два основних кроки:

- 1) правильне визначення доходів, що відносяться до звітного періоду;
- 2) співвіднесення відповідних витрат з доходами за цей період [53, с.247].

У зв'язку із цим, *бухгалтерський підхід в оцінці прибутку відрізняється від економічного по наступних параметрах:*

- наявністю верифіцируємої та об'єктивної інформаційної бази для розрахунку різних показників прибутку в силу чіткого відособленого обліку доходів та витрат, що спрощує розрахунки й забезпечує однозначність оцінок;

- використанням у розрахунках тільки реалізованих доходів, відповідно до принципу обережності, коли «витрати завжди очевидні, а доходи завжди сумнівні».

Ми згодні з думкою тих економістів, які вважають, що два розглянутих підходи в принципі не суперечать один одному [54, 60-62]. Економічний підхід корисний - для розуміння сутності прибутку, а також для обґрунтування тих або інших управлінських рішень, що впливають на результати діяльності підприємства. Він дозволяє більш об'єктивно оцінити ефективність та конкурентоздатність підприємства в довгостроковій перспективі. Бухгалтерський підхід дозволяє зрозуміти логіку та порядок його практичного вирахування і є важливим інструментом оперативного управління підприємством.

Все вищесказане дозволяє зробити висновок, що **прибуток це складна економічна категорія, що має різноманіття трактувань, у зв'язку із чим, кількісно визначається неоднозначно. Це не дозволяє, на нашу думку, поставити знак рівності між прибутком та фінансовими результатами підприємства.**

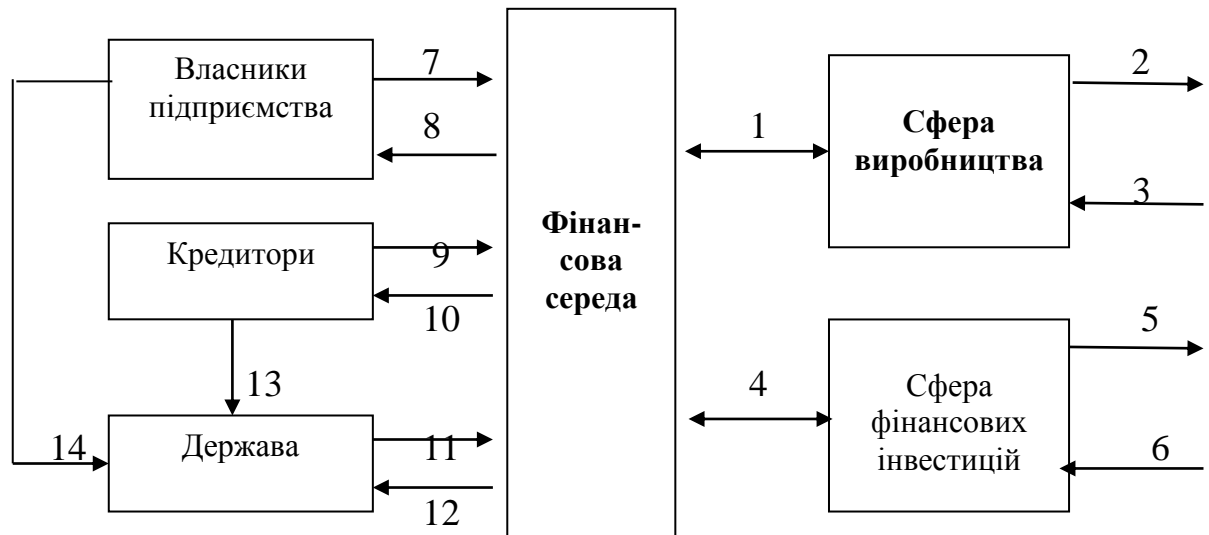
1.1.3. Економічна сутність «фінансових результатів»

Результат - це підсумок всіх видів діяльності господарюючого суб'єкта за певний період часу. Існує безліч критеріїв, по яких можна виміряти результати діяльності. Серед них найбільше часто використовуються - зміни обсягу продажів, прибутку та показників випуску [26, с. 482].

Результат трансформаційного виробничого процесу на підприємстві виражається в кінцевих продуктах - товарах, послугах. Грошова оцінка результату в зіставленні з витратами ресурсів на виході міра рівня економічності [44, с. 30].

Реалізуючи виробничу функцію, підприємство вступає у відносини з різними агентами в зовнішньому середовищі: постачальниками ресурсів, споживачами продукції, державою. «Функціонування підприємства в умовах розподілу праці являє собою безперервний процес обороту: операціям по закупівлі, виробництву та збуту протистоять грошові потоки, що обслуговують придбання та реалізацію зроблених благ. Таким чином, виробнича діяльність може бути представлена, з одного боку, у вигляді реального руху матеріальних цінностей, а з іншого боку - у грошовому вираженні» [43, с. 399].

Поряд зі сферою виробництва підприємство обов'язково має сферу фінансів, що охоплює ті процеси та види діяльності, які пов'язані з надходженнями, платежами й наявністю платіжних засобів. Сфера виробництва тісно зв'язана зі сферою фінансів, тому що діяльність у сфері виробництва приводить до надходжень (доходів) та платежів (витрат). Тому що надходження не завжди дорівнюють платежам, необхідна додаткова діяльність для забезпечення подальшого функціонування та рівноваги підприємства. До цього, насамперед, відноситься залучення капіталу, для покриття інвестиційних платежів у формі залучення кредиту або внесків власників або компаньйонів [63, 64]. Основні потоки надходжень і платежів у взаємозв'язку по сферах діяльності підприємства схематично представлені на рис. 1.1.



1 - виробниче сальдо; 2 - виробничі платежі; 3 - виробничі надходження; 4 - сальдо інвестиційної діяльності; 5 - розміщення фінансових інвестицій; 6 - надходження від фінансових інвестицій; 7 - надходження фінансових засобів від власників; 8 - платежі власникам; 9 - надходження фінансових засобів від кредиторів; 9 - повернення засобів та інші платежі кредиторам; 11 - дотації та інші надходження фінансових засобів від держави; 12-14 - податки та інші відрахування державі.

Рис. 1.1. Схема руху основних потоків надходжень та платежів у підприємстві

Важливим моментом, на який варто звернути увагу в даній схемі, є «виробниче сальдо», що визначається як різниця між надходженнями від виробництва (виручка від продажу продукції, інші надходження від виробництва) та виробничими платежами (поточні виплати на зарплату, придбання товарів, сировини, виробничого устаткування та ін.). Виробниче сальдо може бути позитивним або негативним. «Виробниче сальдо за період - це не масштаб успіху в даний період, тому що виробничі надходження та виплати містять у собі такі частини, які у відповідний період не є ефективними в сенсі успіху, так, наприклад, виплати які пов'язані з надходженням майна у вигляді запасів або устаткування. Виробниче сальдо в тривалому відрізку часу створює потік платежів, на підставі якого можна визначити, наскільки ефективна інвестиційна діяльність у виробничій сфері. Виробниче сальдо показує, чи повернутися пізніше інвестовані засоби з досить високим нарахуванням відсотків» [63, с. 230]. Призначення фінансової сфери компенсувати негативне виробниче сальдо в окремі періоди, урівноважувати виробничі потоки за рахунок залучення інвестицій з боку власників або кредиторів, що надалі вимагає відповідного відтоку засобів - фінансових платежів.

Таким чином, результат діяльності підприємства в цілому не може розглядатися тільки як результат «виробництва». Він залежить від функціонування фінансової та інвестиційної сфер підприємства.

Кожен цикл діяльності підприємства, пов'язаний з виробництвом і реалізацією продукції (робіт, послуг), завершується певним фінансовим результатом, що одночасно виступає необхідною умовою наступного витка його діяльності. **Фінансовим даний результат називається в силу того, що він являє собою певну суму (фонд) коштів, що формується в процесі всіх видів діяльності підприємства, а потім розподіляється між підприємством, державою, інвесторами, кредиторами, власниками й ін. контрагентами.** Його розмір, ефективний розподіл та використання забезпечують зміцнення державного бюджету, визначають економічне благополуччя власників, сприяють росту інвестиційної привабливості і ділової активності підприємства як у виробничій, так й у фінансовій сферах.

Фінансовий результат також як і прибуток визначається як різниця між доходами та витратами. У силу того, що видів доходів та витрат, так само як і способів їх агрегування, досить багато, та їх значимість у господарській діяльності підприємства різна, *відмінності фінансових результатів від прибутку варто розглядати поетапно.*

Насамперед, при розрахунку фінансових результатів ураховуються тільки поточні доходи й поточні витрати. Поточні витрати - це збільшення зобов'язань або зменшення активів у процесі поточної діяльності для одержання доходу звітного періоду. Величина прибутку, крім цього, зв'язана й з капітальними (незавершеними) витратами, які розглядаються як збільшення зобов'язань або зменшення активів у процесі поточної діяльності для одержання доходу або іншої вигоди в майбутніх періодах [65-68]. Так, капітальні витрати можуть зменшити фінансові результати поточного року, але збільшити прибуток у майбутніх періодах. І навпаки низькі поточні витрати (невеликий рівень амортизаційних відрахувань, скорочення витрат на рекламу й обслуговування покупців та ін.) і високі фінансові результати поточного періоду можуть негативно відбитися на розмірах прибутку в майбутньому.

Різниця лежить також у площині відмінностей між бухгалтерськими та економічними витратами підприємства, що було розглянуто у попередньому підрозділі. Ці положення стосуються й змісту доходів. Так, не всі доходи, що беруть участь у формуванні фінансових результатів можна вважати

джерелом прибутку, наприклад: приріст майна при переоцінці з метою протидії інфляційним процесам, надзвичайні доходи та ін.

Фінансові результати утворюються в результаті всіх видів діяльності підприємства за певний період часу, звичайно за квартал або рік і визначаються на основі бухгалтерських оцінок, тобто на основі реалізованих доходів і зроблених витрат (принцип нарахування або касовий) у поточних цінах. У зв'язку із цим вони істотно залежать від облікової політики підприємства та не враховують зміну вартості грошей у часі.

Фінансові результати є джерелом поповнення власного капіталу підприємства, беруть участь у формуванні чистого прибутку підприємства, але не ідентичні останньому.

Якщо прибуток, особливо економічний, є більш об'єктивним показником ефективності та конкурентоздатності підприємства в довгостроковій перспективі, то фінансові результати, визначені на основі бухгалтерських даних, не завжди дають адекватну поточному положенню інформацію. Проте, фінансові результати є мірою абсолютної економічності та впливають на загальну ефективність господарсько-фінансової діяльності підприємства. Вони є реальним внутрішнім джерелом фінансових ресурсів, засобом досягнення різних цілей підприємства (економічних, технічних, соціальних, екологічних та ін.).

Фінансові результати як досить стандартизована система показників, обумовлена нормативними та інструктивними матеріалами по формуванню фінансової звітності, забезпечує різних користувачів однозначною інформацією про стан справ на підприємстві.

І останній момент, якщо прибуток є об'єктом більше стратегічного та тактичного управління, те фінансові результати є інструментом тактичного та оперативного управління й контролю.

Таким чином, **фінансові результати являють собою бухгалтерську оцінку різниці між поточними доходами в процесі їх формування, розподілу та використання на покриття відповідних їм елементів витрат підприємства за всіма видами діяльності за певний період часу й відповідно до нормативної бази складання фінансової звітності.** При певній близькості та схожості понять «прибуток» й «фінансові результати» між ними існують певні якісні та кількісні розходження (табл. 1.3).

Як уже було відзначено, розмаїтість видів доходів та витрат підприємства, а також особливості їх у торговельній галузі вимагають чіткої

систематизації й оцінки ієрархії показників, що характеризують фінансові результати на різних етапах їх формування.

Таблиця 1.3

**Основні характеристики понять «прибуток» та
«фінансові результати» підприємства**

Характеристики	Прибуток	Фінансові результати
Види доходів, що беруть участь у формуванні	Майбутні (очікувані) та Поточні	Поточні, реалізовані
Види бухгалтерських витрат, що беруть участь у розрахунках	Капітальні та поточні	Поточні, зроблені
Види економічних витрат, що беруть участь у формуванні	Зовнішні й внутрішні	Зовнішні
Сфера формування	Виробництво в широкому розумінні та перерозподільні відносини	Всі види діяльності підприємства
У більшій мірі виражає інтереси	Власників капіталу (інвесторів), менеджерів	Різних контрагентів: власників, державу, кредиторів, менеджерів, персонал
Види оцінки	Економічна та бухгалтерська	Бухгалтерська
Зв'язок із законодавчою та нормативною базою	Визначає формування тільки оподаткованого та чистого прибутку підприємства	Визначає всі види фінансових результатів
Джерело інформації	Управлінський та бухгалтерський облік	Бухгалтерський облік
Об'єкт управління	Стратегічного та тактичного	Тактичного та оперативного
Співвіднесення з часом	Співвідноситься з певним періодом часу, конкретною поточною господарською операцією, інвестиційним проектом	За певний період часу
Зв'язок із власним капіталом, активами	Нерозподілений чистий прибуток є джерелом поповнення власного капіталу	
Знаходить вираження	У зроблених економічних благах	В економічних вигодах, отриманих коштах у результаті використання активів підприємства

1.2. Види фінансових результатів

Нормативний (стандартизований) підхід до визначення величини фінансових результатів підприємства, що впливає з вимог до складання фінансової звітності, дозволяє розмежувати їх види залежно від етапів формування доходів і відповідних їм витрат. При цьому варто врахувати ряд обставин, які обумовлюються нормативними документами [13,14].

Перша обставина пов'язана з тим, що фінансові результати є результатом всіх видів діяльності підприємства, у складі якої виділяються результати від звичайної діяльності та результати від надзвичайної діяльності. *Надзвичайна діяльність* відрізняється від звичайної тем, що вона не властива, не типова для даного підприємства, не є очікуваною та періодично повторюваною. *Відповідно звичайна діяльність* це діяльність, властива даному підприємству, що формує його бізнес та є основним постійним джерелом одержання фінансових результатів. У її складі виділяють *операційну*, основним елементом якої є *основна діяльність*, та *іншу діяльність*.

Основна діяльність включає операції, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції (робіт, послуг, товарів), які є головною метою створення підприємства та, як правило, забезпечують основну частку його доходу. Ця діяльність визначає галузеву спрямованість підприємства. *Для підприємств торгівлі основною діяльністю є діяльність по реалізації товарів та наданню послуг покупцям.*

Операційна діяльність включає крім основної й інші види діяльності підприємства, але не пов'язані з інвестиційною та фінансовою. До *інших видів (операційної) діяльності*, наприклад, для торговельних підприємств, може бути віднесена діяльність по здачі в оренду приміщень, що тимчасово не використовуються, реалізації інших оборотних активів, здійсненню різних позареалізаційних операцій та ін. [71]

Інша діяльність як побічний елемент звичайної діяльності забезпечує основну діяльність і виникає в результаті її проведення. Вона складається з інвестиційної та фінансової. *Інвестиційна діяльність* торговельних підприємств складається з операцій по придбанню та реалізації необоротних активів, а також фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів коштів. *Фінансова діяльність* спрямована на зміну розміру та складу власного й позикового капіталу підприємства [72-74].

Друга обставина обумовлена особливостями визначення доходів та

видатків від звичайної діяльності. Так доходи від звичайної діяльності, пов'язані з реалізацією продукції (товарів, інших активів) визначаються на основі:

- принципу нарахування, тобто доходи відбиваються у звітності в момент їх виникнення незалежно від часу надходження й сплати коштів;

- відповідності доходів та видатків, тобто фінансовий результат звітного періоду визначається шляхом зіставлення доходів з видатками, здійсненими для одержання цього доходу;

- вірогідності оцінки доходів та відповідних їм видатків.

Доход визнається тоді, коли в результаті господарської операції:

- 1) збільшуються активи або

- 2) зменшуються зобов'язання та внаслідок цього відбувається ріст власного капіталу.

Видатки визнаються бухгалтерськими витратами (в подальшому «витратами») певного періоду одночасно з визнанням доходу, для одержання якого вони здійснені.

В торгівлі визнання доходу (виручки) від реалізації відбувається, як правило, одночасно з передачею права власності на товар та відповідно передачею ризиків і вигід від їх володіння.

Третя обставина викликана розходженням інтересів груп осіб, що мають відношення до підприємства. У результатах діяльності підприємства - як технічної, соціальної, економічної та орієнтованої на збереження навколишнього середовища первинної одиниці економічної системи, що виконує завдання задоволення попиту на основі самостійних рішень і відповідальності за ризик [43] зацікавлені: власники підприємства; його працівники, представлені управлінським персоналом; держава, представлена податковими органами та інші особи (діючі й потенційні контрагенти: постачальники матеріальних та фінансових ресурсів, покупці, банки) [54]. Всі вони, беручи участь тією чи іншою мірою у формуванні доходів підприємства, претендують на відповідні виплати: на оплату праці; матеріалів; відсотків по кредитах та позиках; податків й обов'язкових платежів; дивідендів і на розвиток підприємства. Втручання кожної такої групи осіб у розподіл доходів підприємства впливає на формування тих або інших результативних показників, значимість яких для них різна.

З огляду на розглянуті обставини, структуру першого розділу звіту про фінансові результати у відповідності П(С)БО 3, що відбиває доходи та витрати по видах діяльності підприємства, а також зміст кожної статті

(Додаток А) схематично відіб'ємо поетапне формування фінансових результатів підприємства та їх види (табл.1.4).

Таблиця 1.4

Види фінансових результатів, визначені на основі співвіднесення доходів та витрат по видах діяльності підприємства за формою «Звіту про фінансові результати»

Доходи	Податки, відрахування та витрати
ОПЕРАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ	
Доход (виручка) від реалізації продукції, робіт, послуг, товарів	Податок на додану вартість Акцизний збір Інші відрахування з доходу
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції, робіт, послуг, товарів	Собівартість реалізованої продукції, робіт, послуг, товарів
Валовий прибуток, збиток (доход) – фінансовий результат від основної діяльності*	Адміністративні витрати Витрати на збут
Фінансові результати від реалізації*	
Інші операційні доходи	Інші операційні витрати
Фінансові результати від іншої операційної діяльності*	
1. Фінансові результати від операційної діяльності	
ІНША ЗВИЧАЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ	
Доход від участі в капіталі	Втрати від участі в капіталі
Інші фінансові доходи	Фінансові витрати
Інші доходи	Інші витрати
Фінансові результати від іншої звичайної діяльності*	
2. Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	
	Податок на прибуток від звичайної діяльності
3. Фінансові результати від звичайної діяльності	
НАДЗВИЧАЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ	
Доходи	Витрати
	Податок з надзвичайного прибутку
Фінансові результати від надзвичайної діяльності*	
4. Чистий прибуток (збиток)	

Примітка: показники зі знаком «*» не виділені у формі «Звіту ...», але можуть бути розраховані на його основі.

Як свідчать дані таблиці «Звіт про фінансові результати» дозволяє визначити фінансові результати від операційної, звичайної та надзвичайної діяльності, а також підсумковий результат у вигляді чистого прибутку. Коротко зупинимося на характеристиці виділених видів фінансових результатів для підприємств торгівлі.

Першим видом доходу підприємства відповідно до розглянутої форми фінансової звітності є *доход (виручка) від реалізації продукції, робіт, послуг, товарів*. Відповідно до пункту 13 П(С)БО 3, якщо виручка з'являється тільки

після оплати реалізованих товарів, то доход може виникати й по факту надання послуг (відвантаження товарів, продукції або виконання робіт незалежно від дати оплати) [13]. Для підприємств торгівлі мова йде про товарообіг, під яким розуміється виручка від продажу товарів населенню для особистого споживання як за наявні кошти, так і по безготівковому розрахунку (роздрібний товарообіг або отриманий доход), а також продажу товарів одним підприємством іншому для наступного перепродажу (оптовий товарообіг або отриманий та нарахований доход). При посередницькій діяльності виручка від реалізації відбиває не валове надходження коштів, а тільки комісійну винагороду.

Товарообіг є найважливішим результативним показником торговельної діяльності підприємства за певний період часу. Розвиток товарообігу визначає широту і глибину проникнення підприємства на товарний або споживчий ринки та його конкурентну позицію на них, загальні можливості й темпи економічного розвитку підприємства в стратегічній перспективі [75]. Його величина обчислюється виходячи з рівня продажних цін, що включають ПДВ, акцизний збір і враховують цінові знижки й знижки залежно від строку сплати за одержання товару. При всій важливості показника виручки (товарообігу) ми згодні з думкою тих авторів, які вважають, що його не можна відносити до категорії доходів, тому що доход в економічному розумінні створюється тільки після відрахування частини виручки, що повинна бути витрачена на відшкодування витрат [76, 77].

Перший вид доходу - чистий доход від реалізації продукції, робіт, послуг, товарів, що визначається шляхом відрахування з виручки від реалізації відповідних непрямих податків, зборів та знижок. Суми, що надходять на користь третіх сторін (ПДВ, акцизні збори в бюджет й ін.) не є економічними вигодами, не приводять до збільшення активів та власного капіталу й виключаються з доходів підприємства. Формування чистої виручки відбувається на першому етапі перерозподільних відносин між підприємством і державою. Значимість чистої виручки як показника, що характеризує результати діяльності підприємства, зв'язана з наступними положеннями:

- вона визначає реальний обсяг діяльності підприємства та його ресурсний потенціал;
- вона є вихідним показником, що впливає на фінансове становище підприємства;

- вона завжди має позитивні значення й менше піддана впливу випадкових факторів у розглянутому періоді, чим всі наступні показники, що характеризують фінансові результати підприємства;

- вона найменше залежить від облікової політики підприємства, що підвищує можливість її використання для порівняння результатів діяльності різних підприємств.

Валовий дохід, або як в «Звіті ...» він називається «*валовий прибуток (збиток)*», на нашу думку, є показником доходу, а не прибутку. Він відбиває проміжний результат діяльності підприємства. Валовий дохід розраховується як різниця між чистою виручкою і собівартістю реалізованої продукції, робіт, послуг та товарів. Для підприємств торгівлі собівартість реалізованих товарів включає наступні елементи:

- суми, що сплачують відповідно до договору постачальникові (продавцеві) товарів за винятком непрямих податків;

- суми ввізного мита;

- суми непрямих податків у зв'язку із придбанням товарів, що не відшкодовуються підприємству;

- транспортно-заготівельні витрати, що включають витрати на вантажно-розвантажувальні роботи, транспортування товарів всіма видами транспорту, страхування транспортних ризиків;

- інші витрати, безпосередньо пов'язані із придбанням товарів та доведенням їх до стану, у якому вони придатні для використання в запланованих цілях. У цю групу відносять прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати підприємства на доробку й підвищення якісних характеристик товарів [71, 73].

Таким чином, ми бачимо, що співвіднесення чистої виручки та собівартості реалізованих товарів у торгівлі можна позначити як **фінансовий результат від основної операційної діяльності**. Ми згодні з думкою тих авторів, які даний показник вважають маржинальним доходом, оскільки собівартість включає всі змінні витрати (прямі та накладні), пов'язані із придбанням і утриманням товарів [76, 78].

Варто звернути увагу на ті обставини, що сучасна система обліку та звітності змінила зміст поняття валовий дохід для торговельних підприємств. Якщо до 2000 року під валовим доходом розумілася сума торговельних знижок і націнок із продажною ціною реалізованих товарів, що використовувалася на покриття всіх витрат обігу, то, починаючи з 2000 року, валовий дохід також, представляючи суму реалізованих торговельних

націнок, покриває тільки ту частину витрат обігу, які не входять у собівартість.

До складу собівартості реалізованих товарів не включаються адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати, фінансові витрати. Звичайно, деякі елементи витрат, що входять у дані статті, можна вважати постійними досить умовно. Так, витрати на пакувальні матеріали, оплату праці та комісійні продавцям, торговельним агентам й ін., за умови відрядної форми оплати, є залежними від обсягу реалізації товарів. Однак основна частина прямих витрат, які можуть бути віднесені на вартість реалізованих товарів, включена в собівартість.

Валовий або маржинальний дохід як результат комерційної діяльності торговельного підприємства характеризує прибутковість його основної діяльності, рівень його ділової активності [6]. Він має чіткий фінансовий зміст, оскільки показує, які ресурси залишаються в розпорядженні підприємства для покриття основної частини витрат обігу, погашення відсотків по кредитах. У його склад входить не тільки прибуток, але й амортизаційні відрахування, які є також джерелом поповнення фінансових засобів підприємства. Маржинальний дохід є найважливішим показником у системі аналізу і управління прибутком у взаємозв'язку з обсягом реалізації та витратами [33, 76, 79], тому він лежить у полі зору управлінського персоналу підприємства.

Якщо з величини маржинального прибутку відняти адміністративні витрати та витрати на збут, можна одержати показник, що характеризує **загальний фінансовий результат від реалізації товарів і надання послуг**.

Підсумкові **фінансові результати від операційної діяльності** визначаються у результаті коректування останнього показника на величину різниці між іншими доходами та іншими витратами від операційної діяльності. *Інші доходи та витрати операційної діяльності* зв'язані як із процесами реалізації інших поточних активів, так і з позареалізаційними операціями. Вони обумовлені відносинами власності та вторинного розподілу. Вони можуть бути регулярними й нерегулярними. Так, інші операційні доходи містять доходи від операційної оренди, доходи від операційних курсових різниць, відшкодування раніше списаних активів, дохід від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій), надходження штрафів, пені та неустойок за порушення умов договорів й ін. До інших витрат операційної діяльності відносять: втрати від знецінення, псування запасів товарно-матеріальних цінностей; втрати від операційних

курсів різниць; визнані економічні санкції (виплачені штрафи, пені, неустойки); відрахування для забезпечення майбутніх операційних витрат й ін. Сюди ж відносяться витрати на дослідження та розробки.

Різницю між іншими операційними доходами та іншими операційними витратами можна представити як **фінансовий результат від іншої операційної діяльності**.

Фінансовий результат від операційної діяльності є не що інше, як виробниче сальдо (див. рис. 1.1), тобто він характеризує підсумок, загальну результативність основної та іншої операційної діяльності торговельного підприємства. Даний показник представляє певний інтерес для кредиторів підприємства, тому що визначає його можливості по виплаті відсотків.

Інша звичайна діяльність торговельного підприємства, як було відзначено вище, складається з інвестиційної та фінансової. В «Звіті про фінансові результати» результати даних видів діяльності можуть бути визначені при зіставленні доходів від участі в капіталі з відповідними втратами, при зіставленні інших фінансових доходів та інших витрат, а також інших доходів і фінансових витрат. Якщо перші дві групи доходів і витрат можна співвіднести з *інвестиційною*, то останню - з *фінансовою діяльністю підприємства* (додаток А). Формування даних видів доходів та витрат також пов'язані з відносинами власності й перерозподільних відносин між підприємством і суб'єктами його інвестування, між підприємством і його кредиторами.

Коректування фінансового результату від операційної діяльності на величину фінансового результату від іншої звичайної діяльності дозволяють одержати **фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування**, що з позиції держави є найважливішим фінансовим показником підприємства, тому що визначає його можливості по сплаті податків. Даний вид фінансового результату є об'єктом прямого оподаткування, тобто оподатковуваною базою. Значимість цього показника пов'язана з тим, що він визначає взаємини між підприємством і державою із приводу розподілу отриманих доходів у результаті всіх видів діяльності. Цей показник, на відміну від раніше розглянутих, можна вважати одним з видів **бухгалтерського прибутку підприємства**, тому що в його склад не входять ніякі елементи поточних (зовнішніх) витрат підприємства.

Податок на прибуток від звичайної діяльності визначається відповідно до П(С)БО 17 «Податок на прибуток». В «Звіті про фінансові результати» податок на прибуток визначається від прибутку, відбитому в

бухгалтерському обліку, не залежно від суми прибутку для цілей оподаткування.

Фінансові результати (прибуток, збиток) від звичайної діяльності визначається після вирахування податку на прибуток з фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування. У випадку, коли у підприємства відсутні фінансові результати від надзвичайної діяльності, даний показник збігається з показником *чистого прибутку або збитку*.

Фінансові результати від надзвичайних обставин утворюються як різниця між відповідними доходами та витратами, до яких відносяться надходження на користь підприємства і його витрати, що виникають при стихійних лихах, націоналізації майна, страхових відшкодуваннях, списанні вартості матеріальних цінностей непридатних до подальшого використання.

Чистий прибуток (збиток) - це кінцевий фінансовий результат, що знаходить висвітлення в розглянутій формі звітності. Це також одна з форм бухгалтерського прибутку, що поєднує доход власників, прибуток, що збільшує розмір власного капіталу та формує необхідні капітальні резерви. У зв'язку із цим чистий прибуток представляє основний інтерес для власників, акціонерів підприємства, а також менеджерів у плані формування внутрішніх власних фінансових ресурсів для розвитку підприємства. **Нерозподілений прибуток (чистий прибуток)** звітного періоду характеризує приріст капіталу (у випадку збитку - його зменшення), досягнутий у звітному році в результаті господарської діяльності.

У наступному (за звітним) роком чистий прибуток розподіляється на дві частини ту, що реінвестується, та ту, що споживається (дивіденди). Пропорції розподілу чистого прибутку визначаються «дивідендною» політикою, що залежить від організаційно-правової форми підприємства, його уставу, цілей розвитку підприємства та інших моментів. Використання **чистого прибутку на споживання** (виплату дивідендів) зменшує капітал підприємства. У цьому зв'язку **економічним** може вважатися лише та частина **прибутку**, що споживається власниками, яка перевищує можливу суму виплат по депозиту на вкладений власний капітал. **Реінвестуємий або нерозподілений прибуток** є додатковим джерелом фінансування капітальних вкладень, поповнення оборотних активів й ін. На цьому етапі прибуток стає елементом власного капіталу підприємства й у перспективі може служити додатковим джерелом майбутніх доходів власників капіталу підприємства внаслідок його подорожчання.

Таким чином, **фінансові результати в практиці господарювання підприємств торгівлі являють собою комплекс (систему) взаємозалежних стандартизованих показників, що формуються поетапно як різниця між доходами та відповідними їм витратами за видами діяльності.** У таблиці 1.5 представлені основні характеристики розглянутих показників фінансових результатів.

Чітке представлення про характер фінансових результатів на кожному етапі їх формування дає можливість підприємству правильно оцінювати їх структуру та динаміку, впливати на процеси генерування доходів й оптимізації витрат, погоджувати їх зміни з фінансовим станом.

Таблиця 1.5

Методи розрахунку та деякі характеристики фінансових результатів торговельного підприємства

Види фінансових результатів	Формула розрахунку	Позначення	Відбиває інтереси	Відбиває результати	Пов'язані в основному з ефективністю
1	2	3	4	5	6
Чиста виручка (ЧВ)	$ЧВ = Т - Пн$	Т – товарообіг; Пн – непрямі податки в роздрібній ціні	Підприємства, покупців, постачальників товарів, держави й ін. контрагентів	Основної діяльності	Збутової, маркетингової діяльності
Валовий (маржинальний) доход (ВД)	$ВД = ЧВ - СВ$	СВ – собівартість реалізованої продукції	Керівництва підприємства, кредиторів	Основної діяльності	Закупівельної діяльності
Фінансовий результат від реалізації (ФРр)	$ФРр = ВД - (В_а + В_з)$	В _а – аміністративні витрати; В _з – витрати на збут	Керівництва підприємства	Основної діяльності від реалізації товарів	Реалізації товарів
Фінансові результати від іншої операційної діяльності (ФРіп)	$ФРіп = Діп - Віп$	Діп, Віп – інші доходи, витрати від іншої операційної діяльності	Керівництва й власників підприємства, орендарів й ін. контрагентів	Іншої операційної діяльності	Реалізації інших активів, орендних відносин й ін..
Фінансовий результат від операційної діяльності (ФРоп)	$ФРоп = ФРр + ФРіп$		Керівництва й власників підприємства кредиторів й ін.	Основної й іншої операційної діяльності	
Фінансовий результат від іншої звичайної діяльності	$Дрзід = Дф.і - Вф.і$	Дф.і, Вф.і – доходи й відповідно витрати від фінансової й інвес-	Керівництва й власників підприємства, суб'єктів інвестування	Фінансової й інвестиційної діяльності	Формування фінансової структури капіталу й реалізації інвестиційних

Продовження табл. 1.5

1	2	3	4	5	6
(ФРзд)		тиційної діяльності			проектів
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування (ФРздп)	$\text{ФРздп} = \text{ФРоп} + \text{Дрззд}$		Держави, керівництва й власників підприємства	Звичайної діяльності	
Фінансовий результат від звичайної діяльності (ФРзд)	$\text{ФРзд} = \text{ФРздп} - \text{Пп}$	Пп – податки прямі на прибуток підприємства	Керівництва й власників підприємства	Звичайної діяльності	Податкової політики
Фінансовий результат від надзвичайної діяльності (ФРнд)	$\text{ФРнд} = \text{Днд} - \text{Внд} - \text{Пнп}$	Днд, Внд - доходи, витрати від надзвичайної діяльності; Пнп - податок з надзвичайного прибутку	Керівництва й власників підприємства	Надзвичайної діяльності	
Чистий прибуток (ЧП)	$\text{ЧП} = \text{ФРзд} + \text{ФРнд}$		Керівництва й власників підприємства	Звичайної й надзвичайної діяльності	
Чистий прибуток на споживання (ЧПс)	$\text{ЧПс} = \text{ЧП} - \text{ЧПнр}$		Власників і колективу підприємства		Дивідендної політики
Нерозподілений прибуток ЧПнр	$\text{ЧПнр} = \text{ЧПрі} + \text{ЧПр}$	ЧПрі – реінвестируемий прибуток; ЧПр - чистий прибуток у формуванні резервів	Керівництва, власників, колективу підприємства		Дивідендної й реінвестиційної політик

1.3. Система факторів, що впливають на формування фінансових результатів торговельного підприємства

Найважливіша роль фінансових результатів у розвитку підприємств визначає необхідність безперервного управління ними з метою максимізації їх розміру, оптимізації розподілу та ефективності використання. Управління фінансовими результатами являє собою багатогранний, комплексний процес розробки та прийняття управлінських рішень керівництвом підприємств за всіма основними аспектами. Одним з таких аспектів є процес формування

фінансових результатів, що спрямований на досягнення необхідного їх розміру за рахунок реалізації всіх резервів, в першу чергу, операційної діяльності, а також за рахунок фінансової та інвестиційної діяльності.

Механізмам формування фінансових результатів та прибутку на рівні підприємств приділяється увага в роботах з економічної теорії, економіки підприємств, економічного аналізу, фінансового менеджменту, управлінського обліку й ін. Але ще багато проблем вимагають уточнення та конкретизації.

Формування фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі залежить від великої кількості факторів, знання про які дозволяє цілеспрямовано управляти даним процесом. Знання про значимість, пріоритетність того або іншого фактору, можливостях його використання підвищують ефективність процесу управління та обґрунтованість управлінських рішень. Впливаючи на ті з них, які найбільше тісно пов'язані з параметрами, що управляються, можна формувати фінансові результати, які задовольняють цілям підприємства.

У буквальному значенні фактор (лат. *factor* – той, що робить, виробляючий) означає причину, рушійну силу якого-небудь процесу або явища, що визначає його характер або окремі риси. [81, с. 1391] Фактор – момент, істотна обставина в якому-небудь процесі, явищі.

В економічних явищах розрізняють два види зв'язків: функціональні та статистичні. Функціональні зв'язки характеризуються повною відповідністю між факторними та результативними ознаками, а при статистичних зв'язках між фактором і результатом спостерігається лише певне співвідношення. Останній вид зв'язку найбільш характерний для економічних відносин, які складаються під впливом безлічі факторів, що діють одночасно й часто за різними напрямками [8].

Фінансові результати як комплексна система взаємозалежних показників, що формуються поетапно, у вигляді різниці між доходами та відповідними їм витратами, визначаються практично всім різноманіттям факторів, які впливають на всі аспекти діяльності підприємства. Системне подання про їх дозволяє більш ефективно управляти процесом формування фінансових результатів. В економічній та аналітичній літературі існують різні підходи до такої систематизації.

Ковальов В.В., розглядаючи фінансові результати як перевищення доходів над витратами підприємства, всі фактори поділяє в першу чергу на дві великі групи:

- 1) фактори, що підвищують доходи;
- 2) фактори, що знижують витрати [54].

Багато хто з аналітиків укрупнено розділяють їх на дві групи: зовнішні та внутрішні [1, 2, 4, 6, 82]. Під зовнішніми - розуміють сукупність ринково-кон'юнктурних, господарсько-правових та адміністративних факторів. До внутрішніх факторів відносять матеріально-технічні, організаційно-управлінські, економічні та соціальні.

Автори підручника «Економіка підприємства» [83] групують факторів за наступними напрямками: можливості регулювання з боку підприємства (зовнішні та внутрішні); систематичності впливу (постійного та тимчасового впливу); можливості кількісної оцінки рівня впливу; характеру впливу (загальні та специфічні); значимості впливу (релевантні та нерелевантні).

Деякі автори розділяють фактори за функціональними областями діяльності підприємства, виділяючи виробництво, закупівлі та збут [63]. З урахуванням сучасних форм фінансової звітності більшість фахівців, розділяючи фінансові результати за видами діяльності підприємства, відповідно групують і фактори, що їх визначають, в такий же спосіб [53, 74]. Цікавою, на наш погляд, є класифікація залежно від розподілу факторів виробництва на елементарні виробничі та соціальні (диспозитивні або управлінські) як єдність, що працює на загальний результат підприємства [84, з 589]. Управлінські рішення як результат управлінської діяльності впливає на фінансові результати через маркетингову, товарну, цінову, фінансову, інвестиційну, податкову політику й ін. (табл. 1.5). У зв'язку із цим деякі автори групують фактори на суб'єктивні та об'єктивні. Крім цього до загальних ознак класифікації факторів формування фінансових результатів можна віднести: напрямок впливу (позитивний, негативний); рівень впливу (загальний й частковий). Можна зустріти в літературі й виділення таких факторів як організаційно-правова форма підприємства; його місце розташування; фактор часу; облікова політика; склад витрат й ін.

На наш погляд, різноманіття підходів обумовлено, з одного боку, складністю й комплексністю розглянутих показників, а, з іншого боку, деякою зайвою деталізацією врахування факторів.

Систематизуючи фактори формування фінансових результатів підприємств торгівлі, ми виходимо з необхідності обмеження числа та виділення найбільш істотних загальних ознак, які в першу чергу повинні бути враховані в процесі прийняття управлінських рішень.

Перша ознака угруповання пов'язана з методологією визначення фінансових результатів як різниці між доходами та відповідними їм витратами, тобто виділяються фактори, що впливають на доходи й витрати торговельного підприємства. Дане угруповання дозволяє виявляти джерело змін у величині фінансових результатів.

Друга важлива ознака пов'язана з можливостями підприємства і його керівництва впливати на ті або інші фактори, тобто виділяються групи зовнішніх та внутрішніх факторів. При цьому в складі зовнішніх факторів варто виділити фактори макрорівня (загальні для всіх галузей і сфер діяльності) та мезоуровня (специфічні галузеві). Розподіл факторів на зовнішні та внутрішні визначає область управління й можливості впливу прийняття управлінських рішень на одержання того або іншого результату.

Третя ознака визначається поділом факторів на об'єктивні (матеріальні умови виробництва) та *суб'єктивні* (ефективність системи управління), що дає можливість оцінювати вплив стану й ефективності використання елементарних і диспозитивних факторів виробництва на фінансові результати.

Четверта ознака припускає групувати фактори *за видами діяльності підприємства: основна; інша операційна; операційна; інша звичайна або інвестиційна та фінансова; звичайна; надзвичайна*. Таке угруповання дозволяє поетапно виявити вплив факторів на весь процес формування комплексу показників фінансових результатів (табл. 1.4, 1.5).

Схематично, наше подання про систематизацію груп факторів, що впливають на фінансові результати підприємств представлено на рис. 1.2.

А тепер зупинимося на характеристиці лише деяких найбільш важливих факторах, що впливають на формування фінансових результатів у підприємствах торгівлі і які необхідно враховувати в процесі прийняття тих або інших господарських рішень.

Перший вид доходу торговельного підприємства *чиста виручка* від реалізації формується під впливом факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Тому що чиста виручка є показником похідним від товарообігу, то до факторів зовнішнього середовища варто віднести стан і перспективи розвитку кон'юнктури споживчого ринку, рівень конкуренції на регіональному ринку, державне регулювання торговельної діяльності, загальну макроекономічну ситуацію в країні й ін. Серед внутрішніх об'єктивних факторів можна виділити спеціалізацію (товарний профіль) і місце розташування підприємства, стан його матеріально-технічної бази,

можливості забезпечення товарними, трудовими й іншими ресурсами, їх якісний склад. До суб'єктивних факторів варто віднести якісний склад управлінського персоналу, ефективність розробки та реалізації загальної стратегії розвитку підприємства, цінової і маркетингової політик, організації торгово-технологічних процесів й ін. [29, 75]. Слід зазначити, що в рамках маркетингової політики, яка проводиться торговельним підприємством, на величину чистого доходу впливає політика в області цінкових знижок, які надаються покупцям.



Рис. 1.2. Основні групи факторів, що впливають на фінансові результати торговельного підприємства

Собівартість реалізованих товарів залежить від таких зовнішніх факторів як кон'юнктура вторинних товарних ринків та стан конкуренції на них; розвиток торговельної інфраструктури; рівень тарифів і ставок на транспортні й інші послуги, пов'язані з рухом товарної маси. До внутрішніх об'єктивних факторів варто віднести товарно-групову та асортиментну структуру товарообігу, віддаленість постачальників, розміри і оснащеність складських приміщень та торговельних залів, забезпеченість власними транспортними засобами й ін. До складу внутрішніх суб'єктивних факторів

включають ефективність закупівельної політики; організацію і частоту завезення товарів, організацію складського господарства та форми обслуговування покупців й ін.

Валовий дохід (фінансовий результат від основної діяльності) визначається всією сукупністю факторів, які впливають на два попередні показники.

До числа зовнішніх факторів, що визначають величину *адміністративних витрат*, можна віднести державну політику в області оплати праці та амортизації основних засобів, рівень розвитку та кон'юнктуру ринку сучасних інформаційних технологій і т. ін. Внутрішні об'єктивні фактори включають розміри підприємства по обсягу товарообігу, чисельності основного персоналу; наявності дочірніх підприємств та філій і рівень розвитку торговельної мережі; рівень оснащеності управлінської праці технічними засобами й ін. Внутрішні суб'єктивні фактори характеризуються якісним складом управлінського персоналу, його потенційними можливостями, ефективністю організації управлінської роботи.

Витрати на збут залежать насамперед від таких зовнішніх факторів як кон'юнктура споживчого ринку та рівень конкуренції на ньому. Крім того на їх величину впливають ціни та тарифи на послуги рекламних компаній, маркетингових фірм, розміри митних зборів. Безпосередньо в підприємстві даний вид витрат визначається його розмірами по обсягу продажів, його товарною спеціалізацією та складністю асортиментної структури товарообігу, наданням додаткових послуг покупцям, які пов'язані з реалізацією товарів. До факторів, які пов'язані із процесом управління, варто віднести ефективність розробки та реалізації маркетингової політики, організації роботи служб маркетингу й інших служб, зв'язаних зі збутом товарів.

Звідси, *фінансові результати від реалізації* залежать від усього перерахованого вище переліку факторів, які впливають на показники, що визначають їх величину, а також від співвідношення змінних та постійних статей витрат.

Інші операційні доходи й відповідні їм *інші операційні витрати* залежать від таких зовнішніх факторів як інфляційні процеси в країні, регулювання ставок орендної плати, зміни курсів іноземних валют, правові санкції за порушення договірних зобов'язань і т. ін. *Фінансовий результат від іншої операційної діяльності* значною мірою визначається суб'єктивними внутрішніми факторами, до яких варто віднести: своєчасність розробки та

ефективність реалізації засобів по зниженню втрат від інфляції; дотримання договірної дисципліни самим підприємством та стягнення штрафів з контрагентів при порушенні договірних зобов'язань. До об'єктивних внутрішніх факторів варто віднести місце розташування підприємства та наявність у нього резервів площ й інших необоротних активів, які можуть бути здані в оренду та приносити додатковий дохід підприємству.

Фінансові результати від операційної діяльності формуються під впливом факторів, що визначають фінансові результати від реалізації та фінансові результати від іншої операційної діяльності.

Фінансові результати від іншої звичайної діяльності залежать від відповідних доходів і витрат. На їх величину впливають такі зовнішні фактори як ставка національного банку; стан кон'юнктури фінансових ринків; темпи інфляції; державна політика в області стимулювання інвестиційної діяльності; рівень розвитку фінансової та інвестиційної інфраструктури й ін. До основних внутрішніх факторів, що не пов'язані із процесом управління, відносяться: розмір та склад активів підприємства; фінансова структура капіталу; наявність дочірніх підприємств й ін. Фактори, які обумовлені ефективністю управлінських рішень, складаються з рішень в області розробки та реалізації політик формування активів й їх фінансування; оптимізації структури капіталу; участі підприємства в реальних та фінансових інвестиціях; зниження втрат, пов'язаних з високими темпами інфляції й ін.

Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування відповідно залежать від усього різноманіття факторів, що визначають фінансові результати від операційної та фінансові результати від іншої звичайної діяльності.

Податок на прибуток від звичайної діяльності визначається як *зовнішніми факторами*: загальною податковою політикою держави, диференціацією податкових ставок, можливими податковими пільгами, так і *внутрішніми факторами*: розміром оподаткованої бази, ефективністю податкової політики торговельного підприємства.

Надзвичайні доходи та витрати є випадковими, але можливість їх виникнення повинна передбачатися підприємством. У зв'язку із цим факторами, які можуть знижувати можливі втрати є розвиненість ринку страхових послуг, його кон'юнктура, своєчасність та ефективність укладання страхових угод торговельним підприємством по відшкодуванню втрат від стихійних лих, пожеж, техногенних аварій і т.ін.

Як бачимо, *чистий прибуток* як підсумковий показник фінансових результатів, формується під впливом цілого комплексу різноманітних, різноспрямованих факторів, які необхідно враховувати в процесі управління підприємством.

Завершуючи огляд факторів, що формують фінансові результати, варто особливо звернути увагу на такий внутрішній суб'єктивний фактор як *облікова політика торговельного підприємства*, що, з одного боку, є інструментом управління та створює умови для багатоваріантності величини фінансових результатів, а, з іншого боку, підвищує роль суб'єктивних факторів у їх формуванні [88-92]. До таких факторів варто віднести: рівень професійних суджень головного бухгалтера або фінансового менеджера, його досвід і кваліфікація, розуміння взаємозв'язку між обліковою політикою та величиною багатьох фінансових показників [1]. При цьому облікова політика може спотворювати реальну величину фінансових результатів, за рахунок або штучного завищення або заниження окремих статей витрат та доходів. До таких інструментів відносять методи обліку запасів; методи нарахування амортизації та визначення строків використання майна; відкладення частини витрат на майбутній період; накопичення, а не списання адміністративних витрат, податків й ін.; вибір найшвидшого методу виявлення доходу в таких областях як лізинг, франчайзинг, продаж нерухомості й ін. [53, 58].

Таким чином, запропоноване угруповання факторів, що впливають на величину фінансових результатів, дозволяє:

- виявляти тільки ті фактори, які варто враховувати в процесі управління фінансовими результатами;
- розділяти групи факторів, що впливають на різні види доходів та елементи витрат;
- виділяти групи факторів, які залежать та які не залежать від діяльності підприємства;
- визначати ступінь участі різних видів діяльності підприємства в підсумкових показниках фінансових результатів;
- оцінювати вплив факторів, обумовлених ефективністю формування та використання матеріально-технічної бази торговельного підприємства й ефективністю управлінської діяльності.

У подальших розділах роботи будуть більш докладно розглянуто та оцінено вплив факторів зовнішнього середовища (р. 2.1) і факторів внутрішнього середовища торговельних підприємств (2.3) на фінансові результати їх господарсько-фінансової діяльності.

1.4. Формування фінансових результатів як елемент процесу управління підприємством

В умовах ринкової економіки, коли фактори виробництва є власністю суб'єктів господарської діяльності, коли підприємства самостійно вирішують питання що і як робити, за якою ціною й кому реалізувати свою продукцію, уміння ефективно хазяювати стає умовою їх виживання в конкурентному середовищі. Підприємство є не просто суб'єктом, що виробляє продукцію, послуги, роботи, як це було в роки централізовано-планової системи, а перетворюється в господарюючий суб'єкт. У зв'язку із цим виникає нове поняття «**господарювання**», що деякими авторами розглядається широко та визначається як «діяльність, що спрямована не на виготовлення продукції як такої, а на створення можливості для її виробництва, обміну й одержання прибутку від реалізації» [93, с. 141]. При цьому до складу господарювання вони включають всі види діяльності підприємства: виробничу, економічну комерційну, фінансову, управлінську й ін., але підкреслюють їх спільність, що полягає в забезпеченні необхідної ефективності виробництва.

На нашу думку більш точне визначення процесу господарювання дано авторами німецького видання «Економіки підприємства», які визначають його в такий спосіб: «Господарювання - це прийняття рішень про використання обмежених ресурсів на підприємстві» [43, с.28]. У даному короткому, але досить ємному визначенні підкреслюються найбільш істотні моменти процесу господарювання:

- 1) обмеженість ресурсів визначає необхідність їх раціонального розподілу та використання, тобто реалізується принцип ефективності;
- 2) прийняття рішень визначає цілеспрямованість та альтернативність вибору варіантів.

Господарювання розглядається даними авторами не як суцільно виробничий, а як розумовий процес по розробці рішень.

У зв'язку з вищесказаним, формування фінансових результатів можна розглядати як частину загальної системи господарювання, що пов'язана із прийняттям рішень по утворенню необхідного їх розміру на рівні господарюючого суб'єкта для рішення тактичних та оперативних цілей підприємства.

Прийняття рішень та їх реалізація лежать у площині процесів управління підприємством. Ефективне управління забезпечує інтеграцію технічних та економічних аспектів діяльності підприємства, зв'язує воєдино внутрішні

ресурси господарюючого суб'єкта й зовнішнє середовище, підсилює його адаптивність і конкурентоздатність. Проблеми управління прибутком як кінцевим фінансовим результатом у підприємствах різних галузей господарства, у тому числі й у торгівлі, не нові. Вони розглядаються в роботах фахівців з економіки, фінансового менеджменту, управлінського обліку [5, 29, 33, 43, 44, 65, 75, 94 й ін.]. Однак, незважаючи на значимість фінансових результатів у господарській і фінансовій діяльності підприємств, вони ще не знайшли належного висвітлення в економічній літературі як самостійний об'єкт управління.

«Під управлінням розуміють сукупність процесів, що забезпечують підтримку системи в заданому стані й (або) перехід її в новий (більш бажаний, планований) стан шляхом організації та реалізації цілеспрямованих керуючих впливів» [95, с. 15]. Управління носить безперервний характер, обумовлений динамічністю та змінністю цілей. Формування керуючого впливу в системі управління здійснюється на основі ухвалення управлінського рішення. У зв'язку із цим управління можна ще представити як процес підготовки, прийняття та реалізації рішень, спрямованих на досягнення поставлених цілей [43, 96-98].

У кожному ухваленому рішенні повинно враховуватися три фактори:

- обставини зовнішнього середовища;
- альтернативи (можливості вибору);
- цілі (система цілей) [43, с. X].

Постановка цілей дозволяє сформулювати стратегію та втілити організаційну місію підприємства в життя. Цілі підприємства - це ключові бажані кінцеві результати, до яких воно прагне у своїй діяльності і які повинні бути досягнуті за допомогою ухвалених рішень протягом певного відрізка часу [43, 99-103].

У сучасних умовах зростаючої самосвідомості населення, існує багато точок зору на те, що є основними цілями діяльності підприємства. Одні вважають, що основна мета діяльності підприємства - внести максимальний вклад, на який воно здатно, у добробут суспільства. Крім рентабельності виробництва товарів і послуг маються на увазі такі невимірні фактори, як незабруднення навколишнього середовища й участь у рішенні соціальних проблем. Інші дотримуються більше традиційної позиції неутручання та затверджують, що головна мета роботи підприємства, створеного для одержання прибутку, - збільшити добробут його власників і що цього можна досягти, надавши суспільству (споживачам) те, що вони хочуть [33, 53].

Ми згодні з думкою тих авторів, які, розглядаючи підприємство як складну технічну та соціально-економічну систему, вважають, що цілі функціонування підприємств різноманітні й мінливі на різних етапах його розвитку [10, 43, 94, 96, 104-109]. Так, представники німецької наукової школи економіки підприємств: Беа Ф.К., Дихтл Е., Швайтцер М. й ін. як базові величини в розрахунок приймають не тільки економічні цілі (максимізація прибутку, покриття витрат, зниження збитків, збільшення обороту й ін.), але й рівною мірою технічні цілі (поліпшення якості продукції, підвищення технічного рівня устаткування, машин, технологій), соціальні цілі (скорочення робочого часу, поліпшення соціального забезпечення в старості, гарантії зайнятості й ін.), а також екологічні цілі, що орієнтовані на запобігання збитку навколишньому середовищу (зниження рівня забруднення води та повітря, зменшення кількості відходів та їх переробка, усунення шуму й ін.) [43, с.29]. Ранжирую систему цілей, вони виділяють цілі вищого порядку - стратегічні: поліпшення положення на ринку; розширення ринків збуту за рахунок завоювання сегментів закордонних ринків; захист пануючого положення на ринку; прийняття на себе соціальної відповідальності, а також підлеглі цілі, що впливають із них:

1) виробничі цілі, пов'язані з безпосередньою роботою підприємства: збільшення обсягу виробництва; поліпшення якості продукції; розширення системи розподілу;

2) формалізовані цілі, пов'язані з результатами діяльності підприємства у вигляді ефективності та рентабельності: максимізація прибутку; зниження витрат; підвищення рентабельності обороту.

Підкреслюючи значимість всіх складових даної системи цілей, треба погодитися й з іншими представниками цієї школи, які відзначають, що якщо технічна складова підприємства характеризується виробничими процесами в широкому розумінні та визначає конкретний вид його економічної діяльності, то, як економічна одиниця, підприємство, представляючи абстрактну підприємницьку одиницю, направляє свою діяльність на збільшення прибутку на капітал. При цьому допускається домінування комерційних цілей над технічними [104]. Адже, реалізація технічних, соціальних та екологічних цілей неможлива без відповідного забезпечення фінансовими ресурсами, відшкодування та збільшення яких можливо тільки при реалізації економічних цілей підприємства. «Якою мірою названі цілі залежать друг від друга, тобто якій цілі віддається перевага, визначається

мотивами осіб, що приймають рішення, і залежить від галузі економіки, у якій здійснюється діяльність підприємства» [43, с.193].

Що стосується підприємств роздрібної торгівлі, то до стратегічних цілей на сучасному етапі розвитку відносять: «обсяг продажів (ріст, стабільність і завоювання певної частки ринку), прибуток (рівень, прибуток на інвестований капітал та операційна ефективність), задоволеність громадськості (акціонерів та споживачів) і формування іміджу (як фірму сприймають споживачі й у галузі, в якій вона працює)» [107, с. 162]. Як бачимо, у даній систематизації виділені також як економічні, так і неекономічні цілі торговельного підприємства. Скорочений аналіз даних груп цілей наведений у таблиці 1.6.

Як видно з таблиці неекономічні цілі торговельного підприємства рано або пізно реалізуються в тих або інших економічних показниках (доходах, витратах, прибутку). Важливою перевагою економічних цілей у системі управління є можливість їх кількісної оцінки.

Пріоритетність економічних цілей у господарсько-фінансовій діяльності торговельних підприємств підкреслює й Бланк І.О. [75]. Систематизуючи й критично осмислюючи основні моделі головної цільової функції підприємства: максимізації прибутку, мінімізації трансакційних витрат, максимізації обсягу продажів, максимізації темпів стійкого росту, забезпечення конкурентних переваг, максимізації доданої вартості, максимізації ринкової вартості, - він формулює головну мету торговельного менеджменту як максимізацію добробуту власників торговельного підприємства в поточному та перспективному періоді, що забезпечується шляхом максимізації його ринкової вартості. На наш погляд, настільки категорично й однозначно не можна визначати основну мету управління торговельним підприємством. Різноспрямованість інтересів та мотивації власників (інвесторів), керівництва й персоналу підприємств, а також його кредиторів і постачальників впливають на прийняті рішення. У зв'язку, із чим підприємства, особливо великі намагаються досягти багатьох цілей одночасно, по-різному балансуючи при прийнятті компромісних рішень.

Фінансові результати, як взаємозалежна система показників, найбільш повно відбивають інтереси різних суб'єктів господарського процесу (див. р.1.1) на різних етапах їх формування та використання, що підвищує їх значимість у системі управління торговельним підприємством. *Зміст процесу управління фінансовими результатами варто визначати як процес розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень за всіма основними*

аспектами їх формування (видам діяльності, забезпечення різних видів витрат відповідними доходами) у відповідності з основними стратегічними й тактичними цілями підприємства.

Таблиця 1.6

Характеристика системи цілей стратегічного розвитку підприємств роздрібної торгівлі в сучасних умовах

Основна ціль	Підлеглі цілі	Характеристика	Зв'язок з доходами та прибутком
Обсяг продажів	Стабільність	Збереження досягнутого рівня обсягу продажів, завойованої частки ринку, рівня цін й ін. Характерна в більшій мірі для невеликих підприємств	Сталість доходів та гарантований, без різких коливань розмір прибутку
	Зростання	Розширення діяльності за рахунок капіталовкладень у розвиток мережі як дрібними, так і великими підприємствами	Зростання поточних доходів, але орієнтація на майбутні прибутки
	Завоювання певної частки ринку	Ріст частки фірми в обсягах продажів на відповідних товарних ринках за рахунок капіталовкладень, агресивної маркетингової та цінової політик й ін. Характерний для великих компаній або мереж	Допускається відносне зниження доходів та прибутку в поточному періоді, але з орієнтацією на їх зростання у майбутньому
Прибуток	Мінімальний рівень	Забезпечення абсолютного мінімально-необхідного розміру прибутку	
	Певний розмір на інвестований капітал	Забезпечення задовільного рівня прибутку на інвестований капітал. Характерна для фірм зі значними капітальними витратами в необоротні активи	
	Операційна ефективність	Забезпечення заданого зниження рівня операційних витрат	Зростання операційного прибутку
Задоволення громадськості	Акціонерів	Забезпечення стабільних дивідендів за рахунок стабільних доходів та стабільного розміру прибутку	
	Споживачів	Задоволення запитів споживачів і забезпечення найкращих вражень від торговельної фірми	Можливе зниження поточних доходів, але забезпечується зростання доходів та прибутку в майбутньому
	Постачальників	Забезпечення гарних і стабільних відносин з	Зниження собівартості товарів,

<i>Продовження табл. 1.6</i>			
		постачальниками. Особливо важливі для невеликих торговельних підприємств	що закупаються й ін.
	Власних співробітників	Забезпечення сприятливого морального клімату в колективі, соціальні гарантії	Підвищує поточні витрати, але сприяє підвищенню ефективності роботи персоналу
Імідж (позиціонування)	Сприйняття фірми споживачами	Забезпечення передачі та сприйняття споживачами відповідного місця фірми стосовно конкурентів	Позитивний імідж (позиціонування) вимагає додаткових витрат, але й сприяє зростанню доходів і прибутку
	Сприйняття фірми в галузі	Затвердження торговельної фірми в ролі лідера, підприємства масової або нішевої торгівлі	

У системі цілей даного процесу варто виділити основну й підлеглі їй цілі, які співвідносяться в цілому із цілями розвитку підприємства. На нашу думку, *основною метою управління фінансовими результатами є забезпечення необхідного їх розміру на кожному етапі формування.* При цьому під необхідним розуміється такий їх розмір, що дозволяє здійснювати всі поточні розрахунки підприємства, зберігаючи стабільний рівень платоспроможності, і, в остаточному підсумку, дістати чистий прибуток у розмірі, що відповідає загальним цілям розвитку підприємства. Одержання необхідного розміру фінансових результатів у формі чистого доходу, валового прибутку, фінансових результатів від операційної діяльності й ін., з одного боку, забезпечує фінансування поточних витрат, податкових виплат, а, з іншого боку, формування чистого прибутку як кінцевого фінансового результату забезпечує розвиток підприємства та утримання власників у даній галузі господарства.

Основна мета управління фінансовими результатами може видозмінюватися залежно від загальних цілей розвитку підприємства. Якщо торговельне підприємство в цілому націлено на високі темпи розвитку, ріст обсягу продажів, завоювання частки ринку, максимізацію прибутку, то метою формування фінансових результатів є високі темпи їх росту. Якщо підприємство стабілізує свою діяльність, задовольняючись мінімальним рівнем рентабельності або просто беззбитковою діяльністю, то управління фінансовими результатами повинне бути сконцентровано на забезпеченні такої їх суми, що забезпечує поточну платоспроможність. Якщо в основі діяльності підприємства лежать інтереси власників, то цільовою настановою

формування кінцевих фінансових результатів є такі відносні показники як рентабельність інвестованого або власного капіталу.

Як вже було відзначено, під процесом прийняття рішень розуміється процес вибору альтернатив, що спрямований на досягнення заданої мети. «... при обраній системі цілей пріоритет при рішенні питання про розподіл обмежених ресурсів віддається такій альтернативі, що забезпечує оптимальне досягнення мети (або системи цілей)» [43, с. 28].

Перевагою сформульованих підлеглих цілей управління фінансовими результатами є можливість їх кількісного визначення у вигляді планових показників або цільових нормативів, які можуть виступати в якості критеріальних оцінок при виборі альтернативних варіантів у процесі прийняття господарських рішень, які дають можливість контролювати хід та результат процесу реалізації ухваленого рішення (рис. 1.3). Ступінь відхилення фактичних результатів від бажаних свідчить у цілому про рівень ефективності управління даним процесом.

Як відзначають автори монографії «Фінансова активність і вартість компанії: аспекти планування» [110], аналіз різних теорій організації бізнесу показав, що як не існує універсальної мети функціонування підприємства, так і не існує універсального критерію оцінки якості (ефективності) управлінських рішень. Вони справедливо підкреслюють, що «при оцінці ефективності функціонування підприємств необхідно розділяти оцінку з погляду довгострокової (стратегічної мети) і короткострокової перспективи (поточні цілі)» [110, с. 61]. Якщо суть стратегічного управління складається в забезпеченні адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища, то поточне управління, що спрямоване на розгортання та реалізацію стратегічних цілей, покликано забезпечити необхідний рівень економічності й ефективності господарської діяльності підприємств.

Якщо задатися питанням: чи є прибуток реальним показником міри ефективності? То навряд чи може бути отримана однозначна відповідь. Якщо підприємства прагнуть максимізувати прибуток, то тоді чому значна частина підприємств і великих компаній зберігають невисокі показники рентабельності (менш 3%) або навіть мають збитки. У зв'язку із цим деякі автори [105, 106] висувують концепцію про другорядну роль прибутку в плануванні та оцінці ефективності сучасних західних фірм. Вони виходять із наступних положень:

- компанії, що мають великі й навіть надлишкові основні засоби, а також при багаторазовій їх переоцінці, основну частину доходу одержують за

рахунок більших амортизаційних відрахувань, яких може бути достатньо для розвитку підприємства (у торгівлі такими доходами можуть бути доходи від здачі резервних площ в оренду);

- компанії можуть систематично коректувати (знижувати) прибуток у зв'язку з необхідністю зниження оподатковуваної бази; зниження вартості компанії в період приватизації для скорочення числа зовнішніх претендентів на великі пакети акцій;

- працівники-співвласники та особи, що приймають рішення, можуть бажати не максимізації прибутку, а високої заробітної плати, тобто прагнути до нарощування витрат за рахунок фонду заробітної плати й соціальних виплат без залучення прибутку.

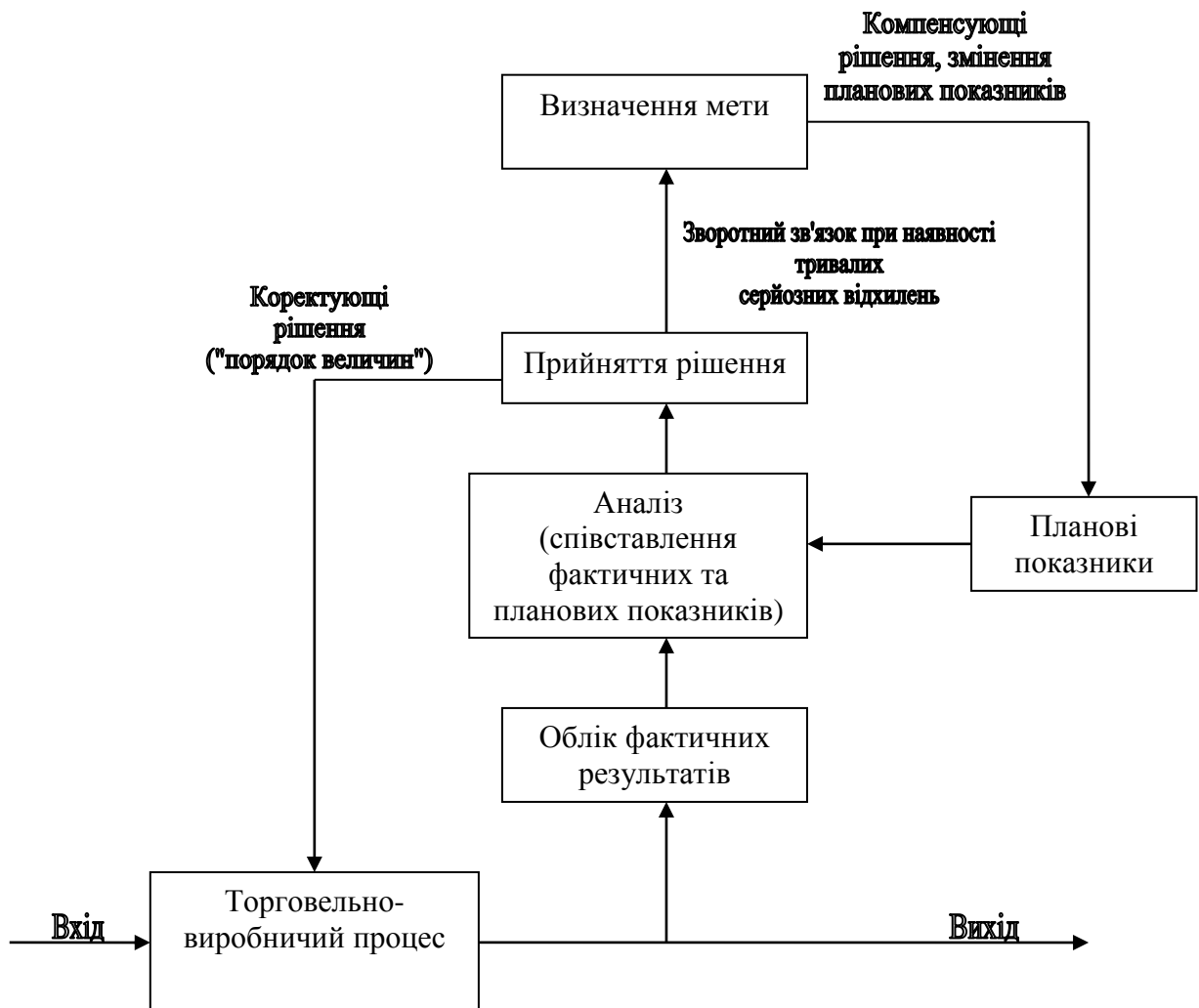


Рис. 1.3. Прийняття та узгодження рішення в торговельному підприємстві по формуванню фінансових результатів зі зворотним зв'язком

У зв'язку із цим як альтернатива нестабільному, найчастіше випадково формованому показнику прибутку деякі автори пропонують використати як

критерій ефективності показник доданої вартості [105]. На нашу думку, це можна віднести й до показників фінансових результатів, які в торговельних підприємствах відрізняються від доданої вартості тільки на етапі формування чистої виручки на величину покупної вартості товарів, що включають у собівартість. Прибуток підприємства є вторинним стосовно основної системи показників фінансових результатів і може формуватися (плануватися) як їх елемент.

1.5. Оцінка ефективності процесу формування фінансових результатів

Для того щоб точніше розібратися в оцінці ефективності формування фінансових результатів в підприємствах торгівлі, зупинимося на деяких основних моментах теорії ефективності.

Ефективність - це складна багаторівнева категорія економічної науки. Вона має місце у всіх сферах і на всіх стадіях практичної діяльності людини. Як впливає з робіт вітчизняних і закордонних дослідників, вивчення її можливо як на рівні відтворення в цілому та його окремих фазах у всіх сферах національної економіки, так і на рівні господарюючих суб'єктів [10, 43, 96, 111-114].

Розуміння сутності ефективності пов'язано із двома основними моментами, що властиві ринковій економіці:

- 1) законом рідкості, обмеженості ресурсів;
- 2) наявністю конкуренції.

Так, необмеженість потреб та рідкість ресурсів визначає раціоналізм поведінки економічних суб'єктів, що складається в тому, щоб оптимально збалансувати зростаючі потреби й ресурсні можливості при здійсненні діяльності. Конкуренція ж виступає важливим фактором стимулювання господарської активності, збільшення розмаїтості та підвищення якості продукції, зниження витрат і стабілізації економічного росту.

Принцип ефективності являє собою вираження більше загального *принципу раціональності*. «Дій з таким розрахунком, щоб за допомогою наявних обмежених засобів (ресурсів) забезпечити оптимальний результат при досягненні поставлених цілей [43, с. 30]». Економічна ефективність відноситься до економічних цілей підприємства й виражається в постулаті: «Приймай рішення на підприємстві завжди з таким розрахунком, щоб за допомогою обмежених засобів забезпечити оптимальне досягнення

поставлених економічних цілей [Там же]». Принцип ефективності в даному формулюванні називається *принципом економічності*, відповідно до якого з комплексу реальних подій може бути обране коло питань, пов'язаних з економічною раціональністю діяльності підприємства.

Найважливішим вираженням принципу економічності є успіх - результат господарської діяльності (особливо в його позитивному вираженні). Використовуючи поняття «успіх» як абсолютну величину, можна визначити й абсолютну економічність. *Фінансові результати як міра результату господарювання, джерело фінансових ресурсів та засіб досягнення різноманітних цілей підприємства, характеризують абсолютну економічність.*

У теорії менеджменту розрізняють поняття результативність, ефективність і продуктивність підприємства. За словами популярного дослідника Пітера Друкера, *результативність є наслідком того, що «робляться потрібні, правильні речі». А ефективність є наслідком того, що «правильно створюються ці самі речі»* [108, с. 48]. Якщо результативність є чимсь невловимим, то ефективність можна виміряти й виразити кількісно шляхом грошової оцінки споживаних ресурсів і вироблених та реалізованих продуктів. *Відносна ефективність називається продуктивністю.* Чим більш ефективна організація, тим вище її продуктивність.

З погляду прийняття рішень, визначаючи цілі будь-якої економічної системи як задоволення потреб і бажань окремих людей, ефективними вважаються такі варіанти рішень, для яких «не існує досяжної альтернативи, що є, безумовно, більш кращою з погляду цілей і переваг зацікавлених індивідів... Зворотне визначення: вибір неефективний, якщо існує альтернатива, що дозволить поліпшити положення хоча б однієї людини, не наносячи збитку іншим» [106, с. 49]. Щодо підприємства дане визначення виглядає в такий спосіб: *підприємство є неефективним, якщо існує інше підприємство, що забезпечує одержання кращих результатів для кожного середньостатистичного індивіда при будь-яких умовах функціонування.*

Фінансові результати як ціль господарювання, що припускає варіативність її досягнення, є мірою ефективності, що дозволяє вибрати підприємству найбільш прийнятні напрямки розвитку. Тісний взаємозв'язок фінансових результатів з усіма видами діяльності підприємства, їх залежність від стану й ефективності використання матеріальних та трудових факторів виробництва, ефективності системи управління визначають їх високу значимість у системі оцінок торговельного підприємства (табл. 1.5). З іншої

сторони, цілеспрямований процес формування фінансових результатів впливає на загальну ефективність функціонування будь-якого підприємства.

Таким чином, **ефективне формування фінансових результатів це такий варіант прийняття рішень щодо генерування доходів та оптимізації витрат, що забезпечує підвищення рівня ефективності підприємства в цілому.**

Підприємство відкрита регульована соціально-економічна система, тому фактичні показники фінансових результатів відбивають не тільки компетентність керівництва та якість управлінських рішень, але й дію зовнішніх факторів і об'єктивних умов господарської діяльності підприємств.

Як було відзначено на початку даного підрозділу, процес ухвалення рішення повинен орієнтуватися не тільки на цілі та можливі альтернативи, але й на зовнішні обставини, які є коригувальними факторами та об'єктивно впливають на результати діяльності підприємства. Прийняття тих або інших управлінських рішень, щодо формування фінансових результатів, повинно враховувати, в першу чергу, вплив внутрішньо властивих даному процесу економічних механізмів, а також ряду інших об'єктивних факторів.

У їх числі варто виділити:

1) склад та структуру витрат підприємства (співвідношення постійних і змінних, прямих і непрямих), які залежать не тільки від ефективності використання трудових, матеріальних та фінансових ресурсів, але й від складу самих ресурсів, їх якісних параметрів, а також від цін і тарифів на окремі види ресурсів та їх динаміки, встановлених норм амортизації й т.ін.;

2) державну політику в області оподаткування та відрахувань у позабюджетні фонди;

3) стандарти бухгалтерського обліку та нормативні матеріали по калькулюванню собівартості й інших видів витрат;

4) кон'юнктуру товарних ринків.

Дані фактори можуть підсилювати або знижувати рівень ефективності прийнятих рішень та їх реалізації.

Вплив всієї системи факторів знаходить висвітлення в змінах розміру, динаміці, співвідношенні різних елементів фінансових результатів, які необхідно аналізувати, оцінювати та контролювати в процесі прийняття рішень. У зв'язку із цим нами пропонується *система показників, яка характеризує ефективність формування фінансових результатів, що представлена наступними групами:*

1. Показники, що визначають частку різних видів фінансових результатів у чистій виручці. Умовно дану групу можна назвати показниками *рентабельності чистої виручки (продажів)*, хоча більша частина абсолютних значень показників фінансових результатів включає не тільки прибуток, але й елементи витрат. У загальному виді формулу розрахунку можна представити

$$R_{фр_i} = \Phi P_i : ЧВ, \quad (1.1)$$

де $R_{фр_i}$, ΦP_i – відповідно значення рентабельності й абсолютної суми i -го показника фінансових результатів (ВД, ФРр, ФРір, ФРоп та ін.).

2. Показники, що характеризують *ефективність (віддачу) поточних витрат* за елементами фінансових результатів. Вони визначаються співвідношенням абсолютної суми даного виду фінансових результатів до сукупності відповідних їм поточних витрат, а саме:

$$E_{пв_i} = \Phi P_i : Вп_i, \quad (1.2)$$

де $E_{пв_i}$, $Вп_i$ - ефективність і сума поточних витрат, що відповідають i -му показнику фінансових результатів.

3. Показники, що характеризують *співвідношення кожного наступного елемента фінансових результатів до попереднього* в базисному, звітному або плановому періоді. Економічний зміст даних показників складається в можливості оцінки ступеня участі попереднього елемента фінансових результатів у формуванні наступного. Вони характеризують структурні зрушення у формуванні фінансових результатів і показують, що кожен наступний розрахований коефіцієнт у даному періоді вище попереднього. Це обумовлено підвищенням ступеню впливу фінансових результатів на кожному наступному етапі їх формування у порівнянні з попереднім. Записати це співвідношення можна в такий спосіб:

$$E_{стр_i} = \Phi P_i : \Phi P_{i-1}, \quad (1.3)$$

де $E_{стр_i}$ – ефективність структури для i -го показника фінансових результатів.

4. Показники, що дозволяють оцінити *співвідношення динаміки кожного наступного елемента фінансових результатів до попереднього*. Вони дають можливість оцінити, на скільки відсотків може змінитися кожен наступний показник фінансових результатів при зміні попереднього на 1,0%.

$$E_{д_i} = (\Delta \Phi P_{i \text{ прз}} : \Phi P_{i \text{ б}}) : (\Delta \Phi P_{(i-1) \text{ прз}} : \Phi P_{(i-1) \text{ б}}), \quad (1.4)$$

де $E_{д_i}$ – ефективність динамічних змін фінансових результатів у звітному (з) (плановому) періоді в порівнянні з базисним (б);

$\Delta \Phi P_{i \text{ прз}}$, $\Delta \Phi P_{(i-1) \text{ прз}}$ – сума приросту i -го й $(i - 1)$ елементів фінансових результатів у звітному (плановому) періоді в порівнянні з базисним;

$\Phi P_{i \text{ б}}$, $\Phi P_{(i-1) \text{ б}}$ - суми i -го й $(i - 1)$ елементів фінансових результатів у базисному періоді.

Чим вище значення даних коефіцієнтів, тим більше уваги варто приділяти даному етапу формування фінансових результатів, тому що при зниженні визначальних показників, результативні показники будуть знижуватися у більшій мірі (тобто має місце ефект операційного важеля).

5. Показники, що дозволяють оцінити *рентабельність інвестованого капіталу*. Вони характеризують можливості торговельного підприємства компенсувати інвесторам та кредиторам ризику, які вони приймають на себе при фінансуванні підприємства. Можливі два варіанти розрахунку:

$$R_{ki} = \Phi P_{здп} : K_i, \quad (1.5)$$

де R_{ki} – рентабельність інвестованого капіталу, розрахована відповідно на основі фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування;

$\Phi P_{здп}$ - фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування;

K_i - середньорічний розмір інвестованого капіталу.

6. Показник, що характеризує *віддачу за фінансовими результатами від звичайної діяльності до оподаткування з 1 м² торговельної площі*.

$$E_{тп} = \Phi P_{здп} : ТП, \quad (1.6)$$

де $E_{тп}$ – віддача з 1 м² торговельної площі за фінансовими результатами від звичайної діяльності до оподаткування;

ТП – розмір торговельної площі, м².

Даний показник у певній мірі може відобразити ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства, тому що з розміром торговельної площі тісно прив'язана чисельність торгово-оперативного персоналу. На відміну від необоротних активів, які можуть бути орендованими, і капіталу підприємства, величина якого може мінятися під впливом цінних факторів, розмір торговельної площі у більшій мірі відображає величину використовуваних ресурсів. Остання обставина підвищує значимість даного показника при порівнянні ефективності господарювання різних підприємств торгівлі.

7. Показники, що визначають *загальну ефективність формування фінансових результатів у звітному (плановому) періоді*. Вони характеризують можливості (темпи приросту) розвитку власного капіталу підприємства.

$$E_{з1} = ЧП_0 : ВК_0, \quad (1.7)$$

$$E_{з2} = \text{НП}_0 : \text{ВК}_0, \quad (1.8)$$

де $E_{з1}$ й $E_{з2}$ – показники загальної ефективності формування фінансових результатів, що обчислені відповідно на основі чистого та нерозподіленого прибутку;

ВК_0 – власний капітал підприємства у звітному (плановому) періоді, що може бути визначений за станом на кінець періоду або середній за період залежно від цілей дослідження.

8. Показники, що визначають *ефективність використання фінансових результатів базисного (попереднього) періоду у звітному (плановому) періоді, які відбивають ступінь участі фінансових результатів у формуванні власного капіталу підприємства:*

$$\text{Евик}_1 = \text{ЧП}_б : \Delta \text{ВК}_0, \quad (1.9)$$

$$\text{Евик}_2 = \text{НП}_б : \Delta \text{ВК}_0, \quad (1.10)$$

де Евик_1 й Евик_2 - показники ефективності використання фінансових результатів базисного періоду у звітному (плановому), обчислені відповідно на основі чистого й нерозподіленого прибутку;

$\Delta \text{ВК}_0$ – приріст власного капіталу у звітному (плановому) періоді.

Останні чотири показники дозволяють оцінити не тільки ефективність формування ($E_{з1}$, Евик_1), але й ефективність розподілу й використання фінансових результатів, як ресурсів, за рахунок яких досягається приріст власного капіталу ($E_{з2}$, Евик_2).

Таким чином, запропонована система показників дозволяє:

- кількісно оцінити, як змінилися фінансові результати підприємства щодо показників, які беруть участь у їх формуванні як у динаміці, так й у структурі;

- виявити, на якому етапі формування фінансових результатів понесені найбільші втрати (або де в підприємства є резерви);

- кількісно оцінити ступінь впливу кожного попереднього етапу формування фінансових результатів на наступний і зрештою на чистий та нерозподілений прибуток;

- оцінити ступінь участі чистого та нерозподіленого прибутку у формуванні власного капіталу підприємства.

У висновку даного розділу представимо схему процесу формування фінансових результатів в підприємствах торгівлі (мал. 1.4).

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

2.1. Динаміка та склад фінансових результатів

Найважливішим елементом процесу формування фінансових результатів є їх аналіз, який дозволяє досліджувати умови, виявляти істотні зв'язки й характеристики, необхідні для прийняття того або іншого господарського рішення. Аналіз служить засобом перетворення численних і різноманітних даних у необхідну інформацію. Він може бути використаний як інструмент попереднього вивчення ситуації, що дозволяє оцінити реальну обстановку, виявити невикористані резерви, обґрунтувати напрямок розвитку або варіант управлінського рішення. Провідну роль грає аналіз у процесі реалізації ухвалених рішень, тому що дозволяє вчасно вносити необхідні корективи в діяльність підприємства для досягнення поставлених цілей. Він дозволяє оцінювати якість та ефективність управління. Аналіз може бути використаний у процесі прогнозування майбутніх умов і результатів. Головне достоїнство аналізу складається в зниженні невизначеності, що завжди має місце при прийнятті рішень.

В основі аналізу фінансових результатів лежать дані фінансових звітів, зокрема «Звіту про фінансові результати» та ін. Перевагою показників даних звітів є їх уніфікованість (що дозволяє використовувати типові технології та алгоритми фінансових розрахунків), регулярність формування (не рідше одного разу у квартал) і високий ступінь надійності (звітність, формована на базі фінансового обліку, представляється зовнішнім користувачам і підлягає зовнішньому аудиту) [115].

Вивчення особливостей формування фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі було проведено на основі методів якісного відбору інформації з використанням даних фінансової та статистичної звітності 210 торговельних підприємств м. Харкова різних форм власності, товарної спеціалізації, розмірів, стадії життєвого циклу і місця розташування.

Для нашого дослідження в остаточну сукупність були включені 37 підприємств роздрібної торгівлі, що займаються реалізацією продовольчих товарів, і які тривалий період часу перебувають на товарному ринку (5 років). У зв'язку із цим основними формальними ознаками стали товарна

спеціалізація та термін функціонування. Вибір продовольчих магазинів обумовлений більшою стабільністю розвитку даного ринку. Для підприємств торгівлі, що працюють на ринку продовольчих товарів, характерним є сталість контингенту покупців, досить стабільний і навіть зростаючий попит, які, у свою чергу, забезпечують можливості для одержання доходів і перебування на ринку протягом розглянутого періоду часу.

За такими ознаками як: форма власності, розмір, місце розташування, сегмент ринку, стадія життєвого циклу, методи обслуговування покупців та ін. - досліджувані підприємства характеризуються значною розмаїтістю.

Відповідно до теорії вибіркового методу при побудові моделі випадкової вибірки нами був врахований і такий принциповий момент як відповідність відібраної сукупності вимогам достатності об'єктів спостережень. В економічних дослідженнях допускається використання малої вибірки, обсяг якої звичайно не перевищує 30 одиниць і може доходити до 4 -5 одиниць [116, с. 189]. При використанні вибірки, обсяг якої перевищує 30 одиниць, характер розподілу в генеральній сукупності не має значення, у чинність того, що розподіл відхилень вибіркового показника (вибіркової середньої) від генеральної характеристики завжди є нормальним.

Відібрана сукупність підприємств роздрібної торгівлі була піддана аналітичним угрупованням, які дають можливість виявити об'єктивний стан речей і визначити найбільш істотні властивості й характеристики досліджуваних економічних явищ, показників та об'єктів, а також їх взаємозв'язок, взаємозалежність й взаємодію.

У якості ознаки щодо створення груп для виявлення динаміки та складу фінансових результатів, ефективності їх формування в підприємствах роздрібної торгівлі нами був прийнятий розмір торговельної площі. Об'єктивність даної ознаки обумовлена наступними факторами:

- по-перше, розмір площі вимірюється метричною системою мір, що дозволяє забезпечити однозначність віднесення одиниць вибіркової сукупності до тієї або іншої групи;

- по-друге, розмір площі є досить стабільним показником і не підпадає під вплив інфляції;

- по-третє, практично всі показники фінансово-господарської діяльності підприємств торгівлі залежать від розміру площі.

Відповідно до цього на першому етапі аналізу нами були виділені наступні групи підприємств роздрібної торгівлі в наступних інтервалах (Додаток Б):

- у першу групу ввійшли невеликі підприємства з розміром торговельної площі до 200 м²;

- у другу групу – підприємства роздрібної торгівлі, розмір торговельної площі яких лежить у межах від 200 м² до 1000 м²;

- у третю групу – підприємства торгівлі з розміром площі понад 1000 м².

При формуванні досліджуваної сукупності головною умовою є її однорідність. Критерієм однорідності інформації є такі показники варіації, як розмах варіації, середнє квадратичне відхилення й коефіцієнт варіації [116-118].

Розмах або амплітуда варіації є найбільш простим показником варіації, що визначається як різниця між максимальним і мінімальним значеннями ознаки в досліджуваній сукупності. У зв'язку з легкістю розрахунку й простотою розуміння цей показник має широке використання, але він уловлює тільки крайні відхилення ознаки та не може вимірювати закономірну силу його варіації за всією сукупністю.

Узагальнюючу характеристику розподілу відхилень дозволяє одержати показник середнього квадратичного відхилення, що враховує різницю всіх одиниць досліджуваної сукупності. Цей показник є мірою надійності середніх значень і дає узагальнюючу характеристику коливань всіх варіантів сукупності.

Розглянуті показники варіації є абсолютними вимірниками. Коефіцієнт варіації характеризує варіацію, виражену в стандартній величині, і є найпоширенішим показником коливань, що використовується для оцінки середніх величин. Розрахункове значення коефіцієнта варіації не повинне перевищувати 40%. Якщо воно перевищує 40%, то це свідчить про неоднорідність інформації та значні коливання групувальної ознаки у досліджуваній сукупності [116, с. 196].

Результати розрахунків однорідності виділених груп у досліджуваній сукупності підприємств роздрібної торгівлі наведені в табл. 2.1.

Абсолютний показник варіації – розмах варіації, має найменше значення в невеликих підприємствах першої групи (з торговельною площею до 200 м²), а найбільше значення у великих підприємствах третьої групи (з торговельною площею понад 1000 м²).

Середнє квадратичне відхилення за групами підприємств роздрібної торгівлі розподіляється аналогічно значенням показника розмаху варіації. А от коефіцієнт варіації має найменше значення в групі великих підприємств, а найбільше - у невеликих. У всіх групах його значення не перевищує 40%, що

свідчить про припустимі коливання розмірів торговельної площі усередині виділених груп торговельних підприємств і їх однорідність.

Таблиця 2.1

Оцінка однорідності спостережень за групами досліджуваних підприємств роздрібної торгівлі

№ групи	Розмір торг. площі, м ²	Кількість підприємств, Одиниць	Середній розмір торговельної площі по групі, м ²	Розмах варіації, м ²	Середнє квадратичне відхилення	Коефіцієнт варіації, %
1	Менше 200	15	87,53	110	34,45	39,36
2	200 – 1000	14	371,14	335	102,58	30,62
3	Більше 1000	8	1671,1	900	311,41	18,64

Вивчення тенденцій розвитку фінансових результатів почнемо з аналізу показників динаміки за 5 років (2002-2006 роки). Економічною передумовою формування фінансових результатів у підприємствах торгівлі є *роздрібний товарообіг*, що зв'язує їх діяльність зі споживчим ринком, і відображає зовнішню ефективність та ділову активність. Його величина та динаміка визначаються як зовнішніми умовами (кон'юнктурою споживчого ринку), так і внутрішніми факторами (станом потенціалу підприємства та ефективністю його використання). Показники, представлені в таблиці 2.2, свідчать про досить високі темпи розвитку роздрібного товарообігу. Найбільш активну позицію на ринку продовольчих товарів займають великі торговельні підприємства (ВП), а невеликі підприємства (НВ) втрачають свої позиції й витісняються з ринку.

З роздрібним товарообігом тісно корелює динаміка *чистого доходу*, який в цілому за сукупністю підприємств виріс на 30,9% (табл. 2.3). При розгляді динаміки у середині виділених груп (додаток В, табл. В2), можна відзначити значний розкид показників. З 15 невеликих підприємств чистий дохід знижується в 5 при розмаху темпів росту від 62,1% до 166,0%. У групі середніх підприємств (СП) чистий дохід зменшився в 4 підприємствах (з 14) при коливаннях темпів росту від 81,8 до 227,5%. І тільки в групі великих підприємств даний показник стабільно зростає у всіх підприємствах, але з різною інтенсивністю (відповідно від 112,6% до 235,5%). Величину чистого доходу визначають ті ж фактори, що й роздрібний товарообіг, а також установлений державою рівень непрямих податків (ПДВ, акцизи, митні тарифи), надані знижки покупцям і втрати від повернення товарів. В аналізованій групі підприємств роздрібної торгівлі величина чистого доходу

відрізняється від роздрібного товарообігу в основному тільки на величину ПДВ.

Таблиця 2.2

Динаміка роздрібного товарообігу за групами підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2002-2006 роках

Групи підприємств	Площа, м ²	Роздрібний товарообіг, тис. грн.					% росту 2006/2002
		2002	2003	2004	2005	2006	
Усього							
НП	1293	6938,6	7140,4	7164,56	7277,9	7360,1	106,1
СП	5196	29067,4	31829,4	33362,7	34119	34737,3	119,5
ВП	13369	30555,1	38322,0	40073,2	44173,3	45043,2	147,4
Усього	19858	66561,2	77291,8	80600,5	85570,2	87140,6	130,9
У розрахунку на 1 підприємство							
НП	86,2	462,6	476,0	477,6	485,2	490,7	106,1
СП	371,1	2 076,2	2 273,5	2 383,1	2 437,1	2 481,2	119,5
ВП	1671,1	3 819,4	4 790,3	5 009,2	5 521,7	5 630,4	147,4
Усього	536,7	1 799,0	2 089,0	2 178,4	2 312,7	2 355,2	130,9

Примітка: НП - невеликі підприємства; СП - середні підприємства; ВП - великі підприємства.

Таблиця 2.3

Динаміка основних видів доходів, витрат та фінансових результатів за групами підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2002 -2006 роках

Групи підприємств	Види доходів, витрат та фінансових результатів, тис. грн.					% росту 2006/2002
	2002	2003	2004	2005	2006	
1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід						
НП	5 779,9	5 947,9	5 968,1	6 062,5	6 131,0	106,1
СП	24 213,2	26 513,9	27 791,2	28 421,1	28 936,2	119,5
ВП	25 452,4	31 922,3	33 381,0	36 796,4	37 521,0	147,4
Усього	55 445,4	64 384,1	67 140,2	71 280,0	72 588,1	130,9
Собівартість реалізованих товарів						
НП	4 779,85	4913,29	4960,67	5055,45	5 116,66	107,0
СП	20 772,81	22729,83	23838,52	24379,46	24 830,38	119,5
ВП	22 109,94	27824,48	29076,86	32151,02	32 808,52	148,4
Усього	47 662,60	55467,61	57876,05	61585,93	62 755,57	131,7
Валовий дохід						
НП	1000,03	1034,62	1007,40	1007,04	1014,30	101,4
СП	3440,36	3784,10	3952,64	4041,66	4105,79	119,3
ВП	3342,45	4097,77	4304,12	4645,34	4712,47	141,0
Усього	7782,84	8916,49	9264,15	9694,04	9832,55	126,3
Інші операційні доходи						
НП	125,36	192,16	198,49	180,44	183,71	146,5

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
СП	139,25	131,01	116,07	147,83	146,55	105,2
ВП	229,34	251,11	319,22	322,52	566,92	247,2
Усього	229,34	443,27	517,71	502,96	750,63	327,3
Адміністративні витрати						
НП	303,80	337,70	342,20	344,10	350,30	115,3
СП	1 236,81	1 387,20	1 502,90	1 552,10	1 602,60	129,6
ВП	1 176,21	1 481,00	1 573,80	1 673,00	1 709,00	145,3
Усього	2 716,82	3 205,90	3 418,90	3 569,20	3 661,90	134,8
Витрати на збут						
НП	621,48	628,40	636,80	649,80	653,00	105,1
СП	1888,15	2065,50	2146,60	2197,40	2219,00	117,5
ВП	1738,89	2091,00	2181,40	2288,60	2340,70	134,6
Усього	4248,53	4784,90	4964,80	5135,80	5212,70	122,7
Інші операційні витрати						
НП	199,02	136,8	115,2	105,44	106,64	53,6
СП	449,69	370,72	309,44	280,63	260,41	57,9
ВП	196,01	212,89	171,51	164,74	166,02	84,7
Усього	844,72	720,41	596,15	550,81	533,07	63,1
Фінансові результати від реалізації						
НП	74,74	68,52	28,40	13,14	11,00	14,7
СП	315,40	331,40	303,14	292,16	284,19	90,1
ВП	427,35	525,77	548,92	683,74	662,77	155,1
Усього	817,49	925,69	880,45	989,04	957,95	117,2
Фінансові результати від іншої операційної діяльності						
НП	-73,75	55,38	83,28	74,90	77,07	204,5
СП	-310,44	-240,44	-190,66	-132,80	-113,86	36,7
ВП	51,04	37,22	147,70	159,78	157,90	309,4
Усього	-333,15	-147,84	40,33	101,88	121,11	136,4
Фінансові результати від операційної діяльності						
НП	0,99	123,90	111,68	88,04	88,07	8896,2
СП	4,96	90,96	112,48	158,83	170,65	3440,6
ВП	478,39	562,99	696,62	843,52	819,66	171,3
Усього	484,34	777,85	920,78	1090,39	1078,38	222,7
Фінансові доходи						
НП	0	0	0	0	0	0
СП	0	0	0	12,4	13,8	-
ВП	15,2	87,9	174,7	201	204	1342,1
Усього	15,2	87,9	174,7	213,4	217,8	1432,9
Фінансові витрати						
НП	21,4	30,3	33,44	29,44	26,98	126,1
СП	108,95	106	108,8	107,3	106,3	97,6
ВП	328,98	348,1	437,3	451,4	441,9	134,3
Усього	459,33	484,4	579,54	588,14	575,18	125,2
Інші доходи звичайної діяльності						
НП	39,56	14,78	10,26	20,68	24,64	62,3
СП	85,7	74,5	82,9	80,7	67,8	79,1
ВП	112,9	99,8	113,6	113,3	132,2	117,1
Усього	238,16	189,08	206,76	214,68	224,64	94,3

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
Інші витрати звичайної діяльності						
НП	24,2	19,5	2,2	3,4	4,6	19,0
СП	5,8	5,5	3,5	4,7	6,1	105,2
ВП	38,3	28,7	27,6	32,1	30,6	79,9
Усього	68,3	53,7	33,3	40,2	41,3	60,5
Фінансові результати іншої звичайної діяльності						
НП	-6,04	-35,02	-25,38	-12,16	-6,94	114,9
СП	-28,05	-37	-29,4	-18,9	-30,8	109,8
ВП	-195,28	-189,1	-177,6	-169,2	-126,3	64,7
Усього	-229,37	-261,12	-232,38	-200,26	-164,04	71,5
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування						
НП	-5,05	88,88	86,49	75,89	81,14	1705,7
СП	-23,09	64,26	94,58	138,83	139,85	705,7
ВП	283,11	373,89	519,02	674,32	693,36	244,9
Усього	254,97	527,03	700,09	889,04	914,35	358,6
Чистий прибуток						
НП	-28,95	54,98	56,49	55,12	59,04	303,9
СП	-45,59	37,86	61,78	103,43	101,45	322,5
ВП	154,41	227,09	356,82	506,32	519,76	336,6
Усього	79,87	319,93	475,09	664,87	680,25	851,7
Нерозподілений прибуток						
НП	23,87	28,47	46,92	43,65	42,62	178,6
СП	20,1	24,3	39,1	47,6	64,8	322,4
ВП	97,6	148,4	216,8	224,1	296,6	303,9
Усього	141,57	201,17	302,82	315,35	404,02	285,4

Наступний показник фінансових результатів - *валовий дохід* - формується під впливом чистого доходу та собівартості реалізованих товарів. Як свідчать дані таблиці 2.3 собівартість у всіх групах підприємств і в цілому по сукупності росла швидше чистого доходу. І тільки в групі середніх за розміром торговельної площі підприємств торгівлі темпи їх росту збіглися. Динаміка собівартості відбилася на темпах росту валового доходу, які в цілому за сукупністю склали 126,3%, що нижче темпів росту чистого доходу на 4,6%. Аналогічні ситуації спостерігаються й в інших групах підприємств. Слід зазначити, що кількість підприємств, що мають негативну тенденцію в розвитку валового доходу, збільшилася в групі невеликих підприємств до 7 (додаток В, табл. В4). У групі середніх їх число не змінилося, а всі великі підприємства мають позитивну динаміку. Однак розходження у величині темпів росту трохи зменшилося в порівнянні з аналогічними показниками по чистому доходу від 108,8% до 208,4%.

Одним з важливих факторів формування валового доходу є цінова політика підприємства, яка у роздрібній торгівлі спрямована на

обґрунтування оптимального *рівня торговельних надбавок*. Як свідчать дані таблиці 2.4, середній рівень торговельних надбавок у цілому й за групами підприємств має чітку тенденцію до зниження. При цьому невеликі підприємства, які мають найбільш високі значення даного показника, у силу необхідності вижити в конкурентній боротьбі, за 5 років знизили його в середньому на 1,1%. У той час як великі, у яких найнижчий середній рівень торговельних надбавок, зменшили його - на 0,76%. У групі середніх підприємств спостерігається по роках досить стабільний середній рівень торговельних надбавок. Аналіз рівня торговельних надбавок за групами і усередині груп (додаток Ж, табл. Ж1) дозволяє зробити висновок про тенденцію, що намітилася і полягає у зближенні рівня торговельних надбавок у різних підприємствах.

Таблиця 2.4

Середній рівень торговельних надбавок за групами підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2002-2006 роках

Групи підприємств	Рівень торговельних надбавок, %				
	2002	2003	2004	2005	2006
НП	20,92	21,06	20,31	19,92	19,82
СП	16,56	16,65	16,58	16,58	16,54
ВП	15,12	14,73	14,80	14,45	14,36
Усього	16,33	16,08	16,01	15,74	15,67

Фінансові результати від реалізації, величина яких формується під впливом змін валового доходу та двох груп витрат: адміністративних і на збут, - у цілому за сукупністю підприємств виросли на 17,2%. Відбулося це тільки за рахунок групи великих підприємств, у яких темпи приросту в середньому склали 55,1%. У групі невеликих підприємств фінансові результати від реалізації в середньому зменшилися майже в 7 разів. Кількість збиткових підприємств у цій групі як на початку, так і наприкінці періоду нараховує 7 з 15 (додаток В, табл. В9). Якщо максимальний розмір прибутку та збитку в 2002 році відповідно усередині групи становили 33,62 тис. грн і - 9,65 тис. грн., то в 2006 році ці показники погіршилися й склали 25,76 тис. грн і -10,89 тис. грн. У групі середніх підприємств фінансові результати від реалізації зменшилися на 9,9%, але число збиткових підприємств за 5 років знизилося з 5 до 3. Зменшився й розмір максимального збитку з - 28,11 тис. грн. до -17,25 тис. грн. Позитивну динаміку росту фінансових результатів від реалізації або зниження збитку мали всього 5 торговельних підприємств. Незважаючи в цілому на високі темпи росту даного показника в групі

великих підприємств в 2-х з них мала місце негативна динаміка, але незважаючи на це до кінця періоду збиткових підприємств серед них не було.

Негативними факторами, що сприяють сформованій ситуації, були високі темпи росту, насамперед, адміністративних витрат, а також і витрат на збут, які в групі невеликих підприємств у середньому росли значно швидше чим валовий дохід (темпи росту відповідно: 115,3%; 105,1%; 101,4%). У групі середніх та великих підприємств основним фактором, що знижує, стали адміністративні витрати, у той час як витрати на збут росли трохи повільніше, ніж валовий дохід. У цілому по сукупності при зростанні валового доходу на 126,3%, адміністративні витрати виросли на 134,8%, а витрати на збут на 122,7%.

Фінансові результати від іншої операційної діяльності визначаються величиною відповідних доходів та витрат. Останні пов'язані з такими видами операційної діяльності торговельних підприємств як операційна оренда, реалізація оборотних активів (за винятком фінансових інвестицій). Вони також включають доходи й втрати від курсових різниць, відшкодування раніше списаних активів та втрати від знецінення запасів, визнані економічні санкції, відрахування для забезпечення майбутніх операційних видатків й ін. На початку аналізованого періоду в цілому по сукупності підприємств роздрібної торгівлі інша операційна діяльність приносила збитки, розмір яких в 2003 році був знижений, а до кінця періоду дана діяльність стала дохідною. У розрізі груп підприємств слід зазначити високі темпи росту даного виду фінансових результатів у невеликих і великих підприємствах. Група середніх підприємств у цілому зазнавала збитків по іншій операційній діяльності, які протягом усього періоду мали тенденцію до зниження. Розглядаючи співвідношення інших операційних доходів і витрат усередині груп підприємств (додаток В, табл. В5, В8, В10) слід зазначити, що в невеликих і великих підприємствах доходи має більшість підприємств, а в середні при наявності витрат в 11 з 14 підприємств доходи мають тільки 8. У невеликих підприємствах фінансові результати від іншої операційної діяльності значною мірою компенсують недолік та зниження результатів від реалізації, у великих підприємствах є додатковим доходом, а в середніх - знижують загальний результат від операційної діяльності.

Фінансові результати від операційної діяльності формуються під впливом всіх факторів, що впливають на фінансові результати від реалізації та від іншої операційної діяльності. Їх величина як у цілому по сукупності, так і за групами підприємств має позитивні значення протягом всіх 5-ти

років, але, якщо в середніх та великих підприємствах вони мають досить чітку тенденцію до росту, то в невеликих - їх розмір, що зріс в 2003 році, стабільно знижується до кінця періоду. Кількість підприємств, що мають збитки від операційної діяльності, при цьому знижується (додаток В., табл. В11) у групі невеликих підприємств протягом періоду з 9 до 3, у середніх - з 7 до 1, у великих - з 3 до 0.

Фінансові результати від іншої звичайної діяльності пов'язані з результатами (доходами та витратами) фінансової й інвестиційної діяльності. Слід зазначити, що в чинність слабого розвитку цих видів діяльності в торговельних підприємствах, вони приносять їм в основному збитки, величина яких знижується тільки у великих підприємствах. Вивчення фінансових доходів та фінансових витрат, а також інших доходів і витрат усередині груп підприємств (додаток В, табл. В12 - В14) підтверджує нерозвиненість цих відносин. Так, доходи від фінансової діяльності в 2006 році мають тільки 5 великих і 1 середнє підприємство. Інші доходи, які в основному пов'язані з реалізацією необоротних активів, присутні у більшого числа підприємств (16 з 37). Відсутні практично в підприємств інші витрати (в 29 з 37). Не включені в розрахунок, у чинність їх відсутності у звітності підприємств, також доходи та втрати від участі в капіталі. Все це обумовлено, з однієї сторони, нерозвиненістю інвестиційних та фінансових ринків в Україні, а, з іншого боку, низьким рівнем прибутковості й відсутністю вільних фінансових коштів у торговельних підприємствах, а також неготовністю менеджерів до диверсифікованості діяльності. При цьому багато підприємств, незважаючи на дорожнечу кредитних коштів, використовують їх при фінансуванні активів, що сприяє росту фінансових витрат. Особливо широко використовують кредити великі підприємства (в 2006 році - 8 з 8). Більшість середніх підприємств (9 з 14) прибігають до залучення кредитних ресурсів. І тільки невеликі підприємства обережно ставляться до даного виду джерела фінансових ресурсів. Усього третя їх частина залучала кредити протягом досліджуваного періоду.

Узагальнюючим показником у системі фінансових результатів є *фінансові результати від звичайної діяльності*, величина яких синтезує результати від реалізації, іншій операційній діяльності та іншій звичайній діяльності. У цілому по сукупності та групам підприємств даний показник в 2006 році в порівнянні з 2002 роком істотно виріс і, починаючи з 2003 року, мав тільки позитивні значення. Ступінь і напрямки участі різних видів діяльності в динаміці даного показника відрізняються за групами

підприємств. У невеликих підприємствах при зниженні результатів від реалізації та збільшенні збитків від іншої звичайної діяльності позитивно вплинув ріст фінансових результатів від іншої операційної діяльності. У групі середніх основну роль зіграло збільшення фінансових результатів від реалізації. У великих підприємствах всі види діяльності вплинули на кінцевий результат, незважаючи на збитковість іншої звичайної діяльності, тому що сума збитку рік у рік знижувалася. До кінця досліджуваного періоду число збиткових підприємств знизилося у всіх групах (додаток В, табл. В17): у невеликих з 7 до 3; у середніх з 9 до 2; у великих з 3 до 0.

Чистий прибуток підприємства відрізняється від попереднього показника на величину податкових платежів із прибутку, які визначаються відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток». Зміна податкових ставок (наприклад, в 2004 році), умов оподаткування (перехід на єдиний податок або навпаки) впливають на величину чистого прибутку. Як свідчать дані таблиці 2.3, (додаток В, табл. В18) чистий прибуток має позитивну динаміку в більшості підприємств (в 26 з 38), але розкид значень темпів росту дуже великий. У невеликих підприємствах при наявності негативної величини чистого прибутку в 2002 році в 2003 році вона приймає позитивні значення й різко зростає, а потім незначно підвищується до 2006 року. У середніх підприємствах також при збитках на початку періоду в наступні роки чистий прибуток систематично ріс. Чітка тенденція збільшення чистого прибутку має місце в групі великих підприємств протягом усього періоду.

Розмір *нерозподіленого прибутку*, що залишається в розпорядженні підприємства, визначається його політикою в області розподілу чистого прибутку. Як свідчать дані табл. В19 (додаток В) далеко не всі підприємства формують фонд нерозподіленого прибутку. В 2006 році їх число виросло до 32 (в 2002 році - їх було 18), у тому числі: серед невеликих підприємств таких було - 12, середніх -13, великих - 7. У цілому суми нерозподіленого прибутку в групах підприємств виросли (табл. 2.3) як за рахунок росту числа підприємств, так і за рахунок росту сум відрахувань.

Фінансові результати підприємств роздрібної торгівлі формуються поетапно під впливом всіх видів доходів та витрат, кінцевий *фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування* визначається розмірами сукупних доходів і витрат. Як свідчать дані таблиці 2.5 сукупні доходи в цілому та за виділеними групами підприємств протягом 5-ти років росли швидше сукупних витрат, що й забезпечило збільшення розміру

Таблиця 2.5

Динаміка сукупного доходу та сукупних витрат за групами підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2002-2006 роках

Групи підприємств	Сукупний дохід та витрати, тис. грн.					% росту 2006/2002
	2002	2003	2004	2005	2006	
Сукупний дохід						
НП	5 944,80	6 154,85	6 176,82	6 263,61	6 339,31	106,6
СП	24 438,11	26 719,44	27 990,12	28 662,06	29 164,32	119,3
ВП	25 809,83	32 361,06	33 988,50	37 433,18	38 424,11	148,9
Усього	55 928,14	65 104,34	68 039,37	72 211,02	73 781,19	131,9
Сукупні витрати						
НП	5 949,76	6 065,99	6 090,51	6 187,63	6 258,18	105,2
СП	24 462,21	26 664,75	27 909,76	28 521,59	29 024,79	118,7
ВП	25 588,33	31 986,17	33 468,47	36 760,86	37 496,74	146,5
Усього	56 000,30	64 716,92	67 468,74	71 470,08	72 779,72	130,0

Таблиця 2.6

Структура сукупних доходів у групах підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2002-2006 роках

Групи підприємств	Питома вага в сукупному доході, %				
	2002	2003	2004	2005	2006
Чистого доходу					
НП	97,23	96,64	96,62	96,79	96,71
СП	99,08	99,23	99,29	99,16	99,22
ВП	98,62	98,64	98,21	98,30	97,65
Усього	99,14	98,89	98,68	98,71	98,38
Доходу від іншої операційної діяльності					
НП	2,11	3,12	3,21	2,88	2,90
СП	0,57	0,49	0,41	0,52	0,50
ВП	0,89	0,78	0,94	0,86	1,48
Усього	0,41	0,68	0,76	0,70	1,02
Фінансових доходів					
НП	-	-	-	-	-
СП	-	-	-	0,04	0,05
ВП	0,06	0,27	0,51	0,54	0,53
Усього	0,03	0,14	0,26	0,30	0,30
Інших доходів від звичайної діяльності					
НП	0,67	0,24	0,17	0,33	0,39
СП	0,35	0,28	0,30	0,28	0,23
ВП	0,44	0,31	0,33	0,30	0,34
Усього	0,43	0,29	0,30	0,30	0,30

фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування. Найбільш високі темпи зростання сукупних доходів та витрат спостерігаються в групі великих підприємств, найменші - у групі невеликих.

Важливою якісною характеристикою формування фінансових результатів є склад джерел, що представлений структурою сукупного доходу (табл. 2.6). Найбільшу питому вагу в складі доходів підприємств займає дохід від основної діяльності - чистий дохід, середнє значення якого перевищує 99,0% у підприємствах торгівлі середнього розміру. У невеликих та великих підприємствах при загальній тенденції до зниження її величина в 2006 році відповідно склала 96,71% і 97,65%. При цьому рівень коливань її за окремими підприємствами (додаток К, табл. К1) особливо високий у першій групі підприємств (від 70% до 100%), у середніх підприємствах розмах варіації нижчий (близько 10% в 2002 році, 6,7% в 2006 році), мінімальні коливання у групі великих підприємств (до 6,0%).

Друге, але менш значиме місце серед джерел доходів, займають доходи від іншої операційної діяльності. Максимальну частку вони займають у невеликих підприємствах, де вона протягом усього періоду коливається в середньому по групі в межах від 2,11% в 2002 році й до 3,0 % у наступні періоди. Розглядаючи показники в межах групи (додаток К, табл. К2), слід зазначити збільшення числа підприємств, що одержують даний вид доходу, а також високі коливання відносних показників (від 0,40% до 30,0%). У підприємствах торгівлі, що входять у групу середніх, тільки у 8 є даний вид доходу, а його частка при загальній тенденції до зниження коливається від 0,11% до 6,0-8,0% у розрізі окремих підприємств та періодів. Великі торговельні підприємства усе більше уваги приділяють формуванню доходів від іншої операційної діяльності, частка яких має тенденцію до росту. При середньому значенні в 2006 році - 1,48%, у розрізі окремих підприємств вона коливається від 0,22% до 4,07%.

Фінансові доходи займають незначне місце у формуванні сукупних доходів підприємств роздрібно́ї торгівлі й, хоча вони в цілому мають тенденцію до росту, одержують їх лише великі підприємства. За досліджуваний період у цій групі число підприємств, що мають фінансові доходи зросло від 1 до 6, зросла і їх частка (додаток К, табл. К3), що в цілому відбилося й на середніх показниках по сукупності.

Аналогічно, питома вага інших доходів від звичайної діяльності в цілому по сукупності в 2006 році склала усього 0,30%. Далеко не всі

підприємства (18 в 2006 році) мають дане джерело доходів (додаток К, табл. К4).

Другою якісною характеристикою, що визначає процес формування фінансових результатів є структура витрат, що представлена в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Структура сукупних витрат у групах підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2002-2006 роках

Групи підприємств	Питома вага в сукупних витратах, %				
	2002	2003	2004	2005	2006
Собівартості реалізованих товарів					
НП	80,34	81,00	81,45	81,70	81,76
СП	84,92	85,24	85,41	85,48	85,55
ВП	86,41	86,99	86,88	87,46	87,50
Усього	85,11	85,71	85,78	86,17	86,23
Витрат обігу (адміністративних витрат та витрат на збут)					
НП	15,55	15,93	16,07	16,06	16,03
СП	12,77	12,95	13,08	13,15	13,17
ВП	11,39	11,17	11,22	10,78	10,80
Усього	12,44	12,35	12,43	12,18	12,19
Інших операційних витрат					
НП	3,35	2,26	1,89	1,70	1,70
СП	1,84	1,39	1,11	0,98	0,90
ВП	0,77	0,67	0,51	0,45	0,44
Усього	1,51	1,11	0,88	0,77	0,73
Фінансових витрат					
НП	0,36	0,50	0,55	0,48	0,43
СП	0,45	0,40	0,39	0,38	0,37
ВП	1,29	1,09	1,31	1,23	1,18
Усього	0,82	0,75	0,86	0,82	0,79
Інших витрат звичайної діяльності					
НП	0,41	0,32	0,04	0,05	0,07
СП	0,02	0,02	0,01	0,02	0,02
ВП	0,15	0,09	0,08	0,09	0,08
Усього	0,12	0,08	0,05	0,06	0,06

У складі витрат, також як і в складі доходів переважне місце займають витрати, пов'язані з основною діяльністю. На першому місці за величиною перебуває собівартість реалізованих товарів, частка якої перевищує 80,0% у всіх групах підприємств і має тенденцію до росту. Найбільшу питому вагу в сукупних витратах собівартість займає у великих підприємствах, найменшу - у невеликих. Коливання даного показника усередині груп (додаток Л, табл. Л1) найбільш істотні у невеликих підприємств торгівлі (від 54-58% до 86-87%), у середніх розмах варіації менш значний (від 70% до 89,0%), у великих - від 80% до 90%.

Витрати обігу, що включають адміністративні витрати та витрати на збут), займають приблизно 11,0% у великих підприємствах, до 13,0% - у середніх та 15,0-16,0% - у невеликих. Якщо у двох останніх групах частка даного виду витрат протягом усього періоду зростає, то у великих й у цілому за сукупністю знижується. Слід зазначити, що рівень коливань питомої ваги витрат обігу усередині груп підприємств (додаток Л, табл. Л2) також найбільш високий у невеликих підприємств, а менша різниця спостерігається відповідно в середніх та великих підприємствах.

Інші операційні витрати займають менш значне місце в складі сукупних витрат і мають чітку тенденцію до зниження у всіх групах підприємств. Найвища питома вага серед груп підприємств у невеликих, найнижча - у великих. Слід зазначити, що, якщо з 8 великих підприємств 7 мають інші доходи від операційної діяльності (додаток К, табл. К2), інші операційні витрати мають тільки 5 (додаток Л, табл. Л3). Серед середніх підприємств картина зворотна, більша частина підприємств має витрати вище, ніж доходи. У невеликих підприємствах доходи превалюють над витратами.

На відміну від фінансових доходів фінансові витрати більш істотні. Найвища їх частка у великих підприємствах і коливається в межах від 0,3% до 2,0-2,5% усередині групи (додаток Л, табл. Л4). Найнижча питома вага в середніх торговельних підприємствах, де мінімальний її розмір 0,2-0,3%, а максимальна - у межах 2,0%. У невеликих підприємствах в останні роки середня частка їх не перевищує 0,50%.

Витрати іншої звичайної діяльності займають все менше місце в структурі витрат торговельних підприємств. Їх частка мінімальна в середніх підприємствах. У невеликих підприємствах вона була знижена за 5 років з 0,41% до 0,07%, у великих – з 0,15% до 0,08%. Даний вид витрат має місце у незначного числа підприємств (додаток Л, табл. Л5).

Розходження в темпах росту й зміни в структурі доходів та витрат знайшли відбиття в змінах структури фінансових результатів, що була обчислена стосовно фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування як інтегруючого підсумкового показника (додаток М, табл. М 1-1- М4, табл. 2.8).

Дані таблиці 2.8 дають чітке представлення про джерела формування фінансових результатів за видами діяльності підприємств. Так, середні показники по групі невеликих підприємств свідчать, що збитковість звичайної діяльності до оподаткування в 2002 році, що обумовлена іншою операційною та іншою звичайною діяльністю була значною мірою

компенсована фінансовими результатами від основної діяльності (реалізації), в 2006 році при зниженні частки фінансових результатів від реалізації до 13,56%, основна частина фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування була сформована на 94,99% за рахунок фінансових результатів від іншої операційної діяльності. У середніх підприємствах при аналогічній ситуації в 2002 році, в 2006 році кінцеві результати утворені за рахунок реалізації товарів при збитковості іншої операційної та звичайної діяльності. У великих підприємствах в 2002 всі види діяльності за винятком іншої звичайної брали участь у формуванні фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування, при цьому провідна роль належала основній діяльності. В 2006 році при зниженні збитковості іншої звичайної діяльності кінцевий фінансовий результат у цій групі підприємств був сформований у процесі реалізації товарів та іншої операційної діяльності.

Таблиця 2.8

Структура фінансових результатів у групах підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2002-2006 роках

Групи підприємств	Питома вага у фінансових результатах від звичайної діяльності до оподатковування, %				
	2002	2003	2004	2005	2006
Фінансових результатів від реалізації					
НП	-1480,05	77,10	32,83	17,32	13,56
СП	-1365,95	515,71	320,51	210,44	203,20
ВП	150,95	140,62	105,76	101,40	95,59
Усього	320,62	175,64	125,76	111,25	104,77
Фінансових результатів від іншої операційної діяльності					
НП	1460,44	62,31	96,28	98,69	94,99
СП	1344,47	-374,16	-201,58	-95,65	-81,41
ВП	18,03	9,96	28,46	23,70	22,77
Усього	-130,66	-28,05	5,76	11,46	13,25
Фінансових результатів від операційної діяльності					
НП	- 19,60	139,40	129,11	116,02	108,55
СП	- 21,48	141,55	118,93	114,41	122,02
ВП	168,98	150,58	134,22	125,09	118,22
Усього	189,96	147,59	131,52	122,65	117,94
Фінансових результатів від іншої звичайної діяльності					
НП	119,60	-39,40	-29,34	-16,02	-8,55
СП	121,48	-57,58	-31,08	-13,61	-22,02
ВП	-68,98	-50,58	-34,22	-25,09	-18,22
Усього	-89,96	-49,55	-33,19	-22,53	-17,94

2.2. Оцінка ефективності формування фінансових результатів

Для того, щоб домогтися успіху в майбутньому та реалізувати стратегічні цілі розвитку керівництво торговельних підприємств повинно ефективно хазяювати сьогодні, максимально використовуючи їх потенціал і всі сприятливі можливості зовнішнього середовища. Аналіз поточного стану підприємства, що визначається рішеннями, діями минулих періодів, на основі виявлення взаємодії ресурсів та результатів, доходів та витрат, зусиль та досягнень, дозволяє оцінити реальне положення, виміряти, з певним ступенем точності, рівень ефективності й можливі шляхи його підвищення. Оцінка ефективності - це складний та багатогранний процес. Про відносність оцінки ефективності пишуть американські вчені, автори монографії «Оцінка ефективності бізнесу» [112], яку вони зв'язують, по-перше, з різноманіттям бізнес-процесів на будь-якому підприємстві й багатofакторністю концепції ефективності; по-друге, з неоднозначністю підбора системи показників для оцінки; по-третє, зі складністю виміру нефінансових факторів; по-четверте, з розривом між ідеальною та реальною оцінками (поточними та майбутніми грошовими потоками). Але, незважаючи на це, вони підкреслюють важливість та значимість оцінки, необхідність системного підходу до вивчення ефективності.

У розділі 1.5 оцінка ефективності формування фінансових результатів розглядається, насамперед, з погляду прийняття рішень як ступінь реалізації поставлених цілей. Запропоновані *критерії* (темпи росту, мінімальний, необхідний розмір фінансових результатів та їх рентабельність) дозволяють кількісно оцінити рівень ефективності як різницю між фактичними та нормативними (цільовими) значеннями. Однак, у силу відсутності сьогодні на підприємствах роздрібної торгівлі повноцінного планування, нормативної бази, досліджувати стан ефективності в галузі за цими параметрами не представляється можливим.

Розгляд ефективності з погляду результативності господарської діяльності на основі зіставлення «входів та виходів», ресурсів, витрат і, у першу чергу, економічних результатів дає можливість сформулювати більш реальну систему оцінок. При відсутності власних стандартів, еталонів ефективності усередині підприємства оцінити ефективність його діяльності або окремих її видів можливо порівнюючи ті або інші показники з аналогічними показниками кращих підприємств, середніх показників у конкурентній групі, із кращими власними показниками за попередні періоди.

«Еталонне тестування допомагає менеджерам: оцінювати загальну прибутковість, працездатність і ефективність; краще контролювати витрати, порівнюючи їх з найвищими показниками, досягнутими іншими роздрібними підприємствами; краще зрозуміти природу свого бізнесу, а також визначити, який метод ведення справ ефективний, а який - ні; виявити сховані несприятливі тенденції» [107, с.1065]. Виходячи із цих положень, проаналізуємо стан ефективності формування фінансових результатів у вибірковій сукупності підприємств роздрібною торгівлі.

Результати діяльності торговельних підприємств проявляються в процесі повсякденної роботи, що породжує витрати та доходи (виручку). Останні виникають тільки за умов відповідності вироблених товарів та послуг запитам споживачів (покупців). У підрозділі 1.5 для оцінки ефективності процесу формування фінансових результатів була обґрунтована система показників, побудована на співвідношеннях показників доходів та витрат.

Оцінку ефективності почнемо з вивчення рівня різних видів витрат у чистому доході (табл. 2.9, додаток Д, табл. Д1, Д4-Д6, Д11, Д13) (формула 1.1). Рівень витрат визначає їх середній розмір розраховуючи на одиницю чистого доходу та характеризує витратомісткість основної діяльності підприємства. Найбільший елемент витрат у складі витрат торговельних підприємств - це собівартість реалізованих товарів, її рівень коливається по підприємствах сукупності від 72,0% до 90,0%. Середній рівень собівартості виріс за 5 років у групі невеликих підприємств на 0,76%, у середніх - на 0,02% і у великих - на 0,57%. Найбільший рівень собівартості реалізованих товарів мають великі підприємства, а найменший - невеликі. Але дане співвідношення не може служити однозначною оцінкою рівня ефективності, тому що високий рівень собівартості може свідчити про цінову політику, що спрямована на невисокий рівень торговельних надбавок у великих підприємствах.

У більш вигідному положенні з погляду рівня адміністративних витрат та витрат на збут перебувають великі підприємства, у яких вони найнижчі. За досліджуваний період у невеликих підприємствах середній рівень адміністративних витрат виріс на 0,45% і склав в 2006 році 5,71%, у середніх відповідно ці показники склали - 0,43% і 5,54%. У великих підприємствах при середньому рівні по групі в 2006 році 4,55%, він знизився на 0,07%. Слід зазначити, що з 15 підприємств, які входять у групу невеликих тільки в 2-х був знижений даний показник, у середніх - в 5-ти з 14. У цілому розкид значень рівня адміністративних витрат по окремих підприємствах сукупності

досить високий. В 2006 році мінімальний рівень склав 3,14%, а максимальний -12,15%, при чому, ці дві цифри характеризують групу невеликих підприємств. Більш стабільні рівні характерні для великих підприємств, у яких розкид значень у цьому ж році лежить у межах від 3,35% до 6,85%.

Таблиця 2.9

Середній рівень різних видів витрат у чистому доході за групами підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2002-2006 роках

Групи підприємств	Рівень у чистому доході, %				
	2002	2003	2004	2005	2006
Собівартості реалізованих товарів					
НП	82,70	82,61	83,12	83,39	83,46
СП	85,79	85,73	85,78	85,78	85,81
ВП	86,87	87,16	87,11	87,38	87,44
Усього	85,96	86,15	86,20	86,40	86,45
Адміністративних витрат					
НП	5,26	5,68	5,73	5,68	5,71
СП	5,11	5,23	5,41	5,46	5,54
ВП	4,62	4,64	4,71	4,55	4,55
Усього	4,90	4,98	5,09	5,01	5,04
Витрат на збут					
НП	10,75	10,57	10,67	10,72	10,65
СП	7,80	7,79	7,72	7,73	7,67
ВП	6,83	6,55	6,53	6,22	6,24
Усього	7,66	7,43	7,39	7,21	7,18
Інших операційних витрат					
НП	3,44	2,30	1,93	1,74	1,74
СП	1,86	1,40	1,11	0,99	0,90
ВП	0,77	0,67	0,51	0,45	0,44
Усього	1,52	1,12	0,89	0,77	0,73
Фінансових витрат					
НП	0,37	0,51	0,56	0,49	0,44
СП	0,45	0,40	0,39	0,38	0,37
ВП	1,29	1,09	1,31	1,23	1,18
Усього	0,83	0,75	0,86	0,83	0,79
Інших витрат від звичайної діяльності					
НП	0,42	0,33	0,04	0,06	0,08
СП	0,02	0,02	0,01	0,02	0,02
ВП	0,15	0,09	0,08	0,09	0,08
Усього	0,12	0,08	0,05	0,06	0,06

Рівень витрат на збут у цілому та за групами підприємств мав чітку тенденцію до зниження. Середні показники в групі невеликих підприємств свідчать про несуттєве зменшення рівня за аналізовані 5 років - на 0,10%. Рівень витрат на збут у групі підприємств торгівлі середнього розміру

знизився за цей же період на 0,13%, а в групі великих зниження було більше істотним - на 0,59%. Розмах варіації даного рівня витрат у групі невеликих підприємств досить високий як на початку періоду, так і наприкінці (від 6,60% до 17,80%). У середині групи середніх підприємств розмах варіації знизився й в 2006 році лежав у межах від 3,96% до 14,16%. Найнижча варіація значень у великих підприємств, що до того ж до кінця періоду знизилася. Мінімальний рівень витрат склав 4,46%, а максимальний - 8,69%.

Відносна величина інших операційних витрат у чистому доході знижувалася у всіх групах підприємств. Їх середній рівень у невеликих та середніх підприємствах зменшився більш ніж в 2 рази, але однаково залишився вище, ніж у групі великих підприємств, де він знизився всього на 0,33%. Слід зазначити значні коливання значень даного рівня витрат у групі невеликих підприємств (в 2006 році - від 0,17% до 35,55%), менші коливання спостерігаються у двох інших групах підприємств, для яких розмах варіації не перевищує 2,2%.

Високі значення середнього рівня фінансових витрат мають великі підприємства, які приблизно в 3 рази перевищують дані показники в 2-х інших групах підприємств торгівлі. Можна відзначити деяке, але незначне зниження рівня фінансових витрат у групі середніх та великих підприємств при такому ж незначному його зростанні в групі невеликих підприємств. Розмах варіації даного показника за окремими підприємствами сукупності перебуває в межах від 0,20% до 2,20%.

Інші витрати від звичайної діяльності займають незначне місце в чистому доході підприємств роздрібною торгівлі. За 5 років їх рівень у цілому був знижений в 2 рази й в 2006 році склав усього 0,06%. Мінімальний їх рівень у групі середніх підприємств. Настільки низький рівень у середньому по групах обумовлений тим, що більшість підприємств сукупності не мають або не виділяють дані елементи витрат. У розрізі окремих підприємств рівень інших витрат в 2002 році коливався в межах від 0,02% до 4,87%, а в 2006 році - від 0,05% до 1,01%.

Ті або інші витрати підприємств ініціюють відповідні їм доходи, величина яких при ефективній роботі повинна перекривати їх величину. На наступному етапі аналізу вивчимо відносні значення різних видів доходів та фінансових результатів у чистому доході торговельних підприємств (табл. 2.10, додаток Д, табл. Д2, Д3, Д 7-Д10, Д12, Д 14-Д16).

Рівень валового доходу, який у роздрібній торгівлі перебуває в тісному зв'язку із ціновою політикою підприємств та обумовлений ефективністю

закупівельної політики, у цілому за сукупністю, а також у невеликих і великих підприємствах має чітку тенденцію до зниження при стабільності значень у групі середніх підприємств. При зниженні за 5 років на 0,76% середній рівень валового доходу в групі невеликих підприємств має найвище значення, в 2006 році - 16,54%. У групі великих підприємств даний показник був знижений на 0,57% і мав найменші значення, в 2006 році - 13,55%. Слід зазначити, що розмах значень рівня валового доходу в групі невеликих підприємств за досліджуваний період виріс. В 2002 році при мінімальному значенні 16,00% максимальний рівень усередині групи становив - 23,59%, а в 2006 році ці показники відповідно були - 14,60% і 24,40%. У групі середніх і великих підприємств розкид значень знизився, відповідно: 10,50%, 27,50% (2002 р.) і 10,80%, 23,30% (2006 р.) і 10,10%, 17,50% (2002 р.) і 10,00% і 16,00% (2006 р.).

Інші операційні доходи в цілому за сукупністю й у групах невеликих і великих підприємств вирости щодо чистого доходу. Їх рівень до кінця періоду виріс відповідно на 0,83% і 0,61%. Найвищий середній рівень у групі невеликих підприємств (3,0% в 2006 р.), найнижчий - у середніх (0,51% в 2006 р.). При незначності середніх значень рівня інших операційних доходів спостерігаються істотні розходження усередині груп. Так, в групі невеликих підприємств він коливається від 0,40% до 41,19% в 2006 році. У середніх підприємствах розмах варіації нижче, відповідно від 0,11% до 6,25%, а у великих ще менше - від 0,22% до 4,32%.

Рівень фінансових результатів від реалізації перебуває в прямій залежності від змін рівнів валового доходу й адміністративних витрат та витрат на збут. При зниженні рівня валового доходу в цілому за сукупністю за 5 років на 0,49% сукупне зниження рівня даних витрат склало всього 0,34%, що й стало причиною зниження рівня фінансових результатів від реалізації. У групі невеликих підприємств зниження середнього рівня фінансових результатів від реалізації обумовлено як зниженням рівня валового доходу, так і ростом рівня адміністративних витрат, що не було компенсовано невеликим відносним зниженням витрат на збут. У середніх підприємствах, де рівень валового доходу змінився незначно, на зниження рівня фінансового результату від реалізації також вплинув ріст рівня адміністративних витрат. Основним фактором підвищення рівня фінансових результатів від реалізації в групі великих підприємств стало зниження рівня відповідних витрат, що перекило зниження рівня валового доходу. Розмах значень показників рентабельності реалізації в плані розглянутого періоду

Таблиця 2.10

**Середній рівень різних видів доходів та фінансових результатів у
чистому доході за групами підприємств роздрібної торгівлі
продовольчими товарами в 2002-2006 роках**

Групи підприємств	Рівень у чистому доході, %				
	2002	2003	2004	2005	2006
Валового доходу					
НП	17,30	17,39	16,88	16,61	16,54
СП	14,21	14,27	14,22	14,22	14,19
ВП	13,13	12,84	12,89	12,62	12,56
Усього	14,04	13,85	13,80	13,60	13,55
Інших операційних доходів					
НП	2,17	3,23	3,33	2,98	3,00
СП	0,58	0,49	0,42	0,52	0,51
ВП	0,90	0,79	0,96	0,88	1,51
Усього	0,41	0,69	0,77	0,71	1,03
Фінансових результатів від реалізації					
НП	1,29	1,15	0,48	0,22	0,18
СП	1,30	1,25	1,09	1,03	0,98
ВП	1,68	1,65	1,64	1,86	1,77
Усього	1,47	1,44	1,31	1,39	1,32
Фінансових результатів від іншої операційної діяльності					
НП	- 1,28	0,93	1,40	1,24	1,26
СП	- 1,28	- 0,91	- 0,69	- 0,47	- 0,39
ВП	0,20	0,12	0,44	0,43	0,42
Усього	- 0,60	- 0,23	0,06	0,14	0,17
Фінансових результатів від операційної діяльності					
НП	0,02	2,08	1,87	1,45	1,44
СП	0,02	0,34	0,40	0,56	0,59
ВП	1,88	1,76	2,09	2,29	2,18
Усього	0,87	1,21	1,37	1,53	1,49
Фінансових доходів					
НП	-	-	-	-	-
СП	-	-	-	0,04	0,05
ВП	0,06	0,28	0,52	0,55	0,54
Усього	0,03	0,14	0,26	0,30	0,30
Інших доходів від звичайної діяльності					
НП	0,68	0,25	0,17	0,34	0,40
СП	0,35	0,28	0,30	0,28	0,23
ВП	0,44	0,31	0,34	0,31	0,35
Усього	0,43	0,29	0,31	0,30	0,31
Фінансових результатів від іншої звичайної діяльності					
НП	- 0,10	- 0,59	0,04	- 0,11	- 0,11
СП	- 0,12	- 0,14	0,01	- 0,11	- 0,11
ВП	- 0,77	- 0,59	0,08	- 0,34	- 0,34
Усього	- 0,41	- 0,41	0,05	- 0,23	- 0,23
Фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування					
НП	- 0,09	1,49	1,45	1,25	1,32
СП	- 0,10	0,24	0,34	0,49	0,48

Продовження табл. 2.10

1	2	3	4	5	6
ВП	1,11	1,17	1,55	1,83	1,85
Усього	0,46	0,82	1,04	1,25	1,26
Чистого прибутку					
НП	- 0,50	0,92	0,95	0,91	1,32
СП	- 0,19	0,14	0,22	0,36	0,48
ВП	0,61	0,71	1,07	1,38	1,85
Усього	0,14	0,50	0,71	0,93	1,26

підвищився в групі невеликих підприємств із 11,39% в 2002 році до 15,18% в 2006 році й знизився в групах середніх та великих підприємств відповідно з 6,19% до 5,89% і з 6,74% до 3,14%.

Фінансові результати від іншої операційної діяльності підвищилися у складі чистого доходу в невеликих та великих підприємствах, при зниженні негативного їх рівня в групі середніх. Дане явище обумовлене як зниженням рівня інших операційних витрат, так і ростом рівня відповідних доходів. Найвищий рівень фінансових результатів від іншої операційної діяльності мають підприємства, що входять у групу невеликих (в 2006 році - 1,26%). Рівень збитку в середніх підприємствах до кінця періоду знизився до 0,39%. Нестабільність даного виду фінансових результатів характеризується значними коливаннями значень усередині груп підприємств. Так в 2006 році в невеликих підприємствах мінімальний рівень становив -0,48%, а максимальний - 9,48%, у середніх підприємствах відповідно: -2,25% і 6,25%, у великих - мінімальний розрив: -0,34% і 1,98%.

Підсумковий рівень фінансових результатів від операційної діяльності складається під впливом двох попередніх показників фінансових результатів від реалізації та іншої операційної діяльності. Найбільш ефективна операційна діяльність в групі великих підприємств, де рівень рентабельності в 2006 році склав 2,18% і виріс як за рахунок росту фінансових результатів від реалізації, так і за рахунок менш значного росту та внеску фінансових результатів від іншої операційної діяльності. Невеликі підприємства, хоча й перебувають на другому місці за значенням рівня фінансових результатів від операційної діяльності (1,44% в 2006 році), знизили його розмір за рахунок зниження рентабельності основної діяльності, що, у певній мері, було компенсовано ростом фінансових результатів від іншої операційної діяльності. Підприємства, що входять у групу середніх, мають найнижчу ефективність операційної діяльності, при цьому на неї негативно впливають як рентабельність реалізації, що знижується, так і збитковість іншої операційної діяльності. Для рентабельності операційної діяльності також

характерний високий розкид значень у розрізі окремих підприємств від -3,24% до 6,36% у невеликих підприємствах в 2006 році, від -0,76% до 5,74% відповідно в середніх підприємствах і від 0,29% до 5,23% - у великих.

Рівень фінансових результатів від іншої звичайної діяльності свідчить про неефективність та нерозвиненість фінансово-інвестиційних процесів у розглянутій сукупності підприємств роздрібної торгівлі, що приносить збитки у всіх групах. Найбільш високий рівень збитку, але, який знижується, мають великі підприємства, у яких зростаючі фінансові доходи й стабільний рівень інших доходів не перебивають досить стабільний і відносно високий рівень фінансових витрат. Невеликі й середні підприємства мають рівний, але менш значний розмір рівня збитку іншої звичайної діяльності (в 2006 році -0,11%), причиною якого є недостатність відповідних доходів для покриття в основному фінансових витрат. Рентабельність іншої звичайної діяльності в розрізі підприємств сукупності коливається від -1,53% до 0,33% в 2006 році.

Рівень підсумкового показника фінансових результатів - фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування складається під впливом двох попередніх (фінансового результату від операційної та іншої звичайної діяльності). Його значення свідчать у цілому про ріст ефективності господарсько-фінансової діяльності всіх груп підприємств. При цьому, знову ж, найбільш рентабельною є діяльність великих підприємств, у яких середній рівень по групі досяг в 2006 році 1,85%. Невеликі підприємства перебувають на другому місці (1,32%) і найнижчий рівень рентабельності мають середні підприємства (0,48%). Коливання значень даного показника зменшилися за 5 років у всіх групах підприємств, але найбільш високий розмах зберігся усередині групи невеликих підприємств (в 2006 році від -3,24% до 5,23%), найменший - у групі великих (в 2006 році від 0,02% до 4,11%).

І останній показник, рівень чистого прибутку має ті ж тенденції, що й попередній показник рентабельності, тому що формується під його впливом та змінами в умовах оподаткування, які практично однакові для всіх підприємств.

Важливою характеристикою ефективності господарсько-фінансової діяльності підприємств є співвідношення результатів та відповідних їм витрат (формула 1.2). Показники цієї групи представлені в таблиці 2.11 і додатку Н, табл. Н1-Н11. Результативність поточних витрат дозволяє поетапно відстежити динаміку їх віддачі за видами діяльності та групами підприємств. Як видно, в аналізованій сукупності підприємств роздрібної

торгівлі віддача витрат, пов'язаних з основною діяльністю, в основному знижується як у цілому, так і за групами підприємств.

Не зупиняючись на співвідношенні валового доходу та собівартості, що відображає зміни в рівні торговельних надбавок, відзначимо, що на 1 грн. витрат обігу в 2002 році в середньому по сукупності доводилося 11,74 коп. фінансових результатів від реалізації, наприкінці періоду в 2006 році даний показник був знижений до 10,79 коп. Найбільш інтенсивно знижувалася віддача в невеликих підприємствах з 8,08 коп. до 1,10 коп. У групі середніх мала місце та ж тенденція, показники знизилися з 10,09 коп. до 7,44 коп. І тільки у великих підприємствах віддача витрат обігу підвищилася з 14,66 коп. до 16,37 коп. Найбільш високий розкид значень даного показника серед невеликих підприємств (в 2006 році від -0,3786 до 0,3141). У групі середніх, він перебуває між значеннями -0,1402 і 0,4060. Мінімальний розмах варіації в групі великих підприємств від 0,0077 до 0,3517 в 2006 році.

Що стосується співвідношення фінансових результатів від реалізації та всіх витрат, пов'язаних із придбанням та реалізацією товарів, то тенденції його змін відповідають попередньому показнику. Протягом розглянутого періоду найбільш висока віддача в групі великих підприємств, у найнижча - у групі невеликих. Якщо розглянути значення даного показника усередині груп підприємств, то слід зазначити, що мінімальна й максимальна його величина належить групі невеликих підприємств (-0,1018 і 0,0400 в 2006 році).

Якщо порівняти віддачу з 1 грн. витрат на реалізацію товарів з віддачею 1 грн. інших операційних витрат, то найбільш ефективною, починаючи з 2004 року, є інша операційна діяльність як у групі великих, так і в групі невеликих підприємств. І тільки в групі середніх підприємств дана діяльність є неефективною протягом усього періоду. При цьому в групі невеликих підприємств є підприємства з рівнем віддачі 2,94 грн. з 1 грн. витрат в 2006 році.

Зіставлення фінансових результатів операційної діяльності з відповідними їм витратами, що включають і не включають собівартість, свідчить про наявність подібних тенденцій. Віддача за сукупними фінансовими результатами операційної діяльності підтверджує більш високий рівень ефективності великих підприємств у порівнянні з невеликими й, особливо, із середніми торговельними підприємствами. Рівень віддачі сукупних операційних витрат за окремими підприємствами коливається в 2006 році від -0,0166 до 0,0625, при чому найвищий розмах варіації також приходиться на першу групу підприємств.

Таблиця 2.11

**Співвідношення фінансових результатів та відповідних їм витрат
(доходів) у групах підприємств роздрібної торгівлі продовольчими
товарами в 2002-2006 роках**

Групи підприємств	Співвідношення різних видів фінансових результатів та відповідних ним витрат, од.				
	2002	2003	2004	2005	2006
Валового доходу та собівартості, од.					
НП	0,2092	0,2106	0,2031	0,1992	0,1982
СП	0,1656	0,1665	0,1658	0,1658	0,1654
ВП	0,1512	0,1473	0,1480	0,1445	0,1436
Усього	0,1633	0,1608	0,1601	0,1574	0,1567
Фінансових результатів від реалізації та витрат обігу (адміністративні витрати + витрати на збут)					
НП	0,0808	0,0709	0,0290	0,0132	0,0110
СП	0,1009	0,0960	0,0831	0,0779	0,0744
ВП	0,1466	0,1472	0,1462	0,1726	0,1637
Усього	0,1174	0,1158	0,1050	0,1136	0,1079
Фінансових результатів від реалізації та витрат на реалізацію (собівартість + адміністративні витрати + витрати на збут)					
НП	0,0131	0,0117	0,0048	0,0022	0,0018
СП	0,0132	0,0127	0,0110	0,0104	0,0099
ВП	0,0171	0,0167	0,0167	0,0189	0,0180
Усього	0,0150	0,0146	0,0133	0,0141	0,0134
Фінансових результатів від іншої операційної діяльності та витрат іншої операційної діяльності					
НП	-0,3706	0,4048	0,7229	0,7104	0,7227
СП	-0,6903	-0,6486	-0,6161	-0,4732	-0,4372
ВП	0,2604	0,1748	0,8612	0,9699	0,9511
Усього	-0,3944	-0,2052	0,0676	0,1850	0,2272
Фінансових результатів та витрат операційної діяльності (включаючи собівартість)					
НП	0,0002	0,0206	0,0184	0,0143	0,0141
СП	0,0002	0,0034	0,0040	0,0056	0,0059
ВП	0,0190	0,0178	0,0211	0,0233	0,0221
Усього	0,0087	0,0121	0,0138	0,0154	0,0149
Фінансових результатів та витрат операційної діяльності (без собівартості)					
НП	0,0009	0,1123	0,1021	0,0801	0,0793
СП	0,0014	0,0238	0,0284	0,0394	0,0418
ВП	0,1538	0,1487	0,1774	0,2044	0,1944
Усього	0,0620	0,0893	0,1025	0,1178	0,1146
Фінансових результатів та витрат від іншої звичайної діяльності					
НП	- 0,1325	- 0,7032	- 0,7121	- 0,3703	- 0,2198
СП	- 0,2444	- 0,3318	- 0,2618	- 0,1688	- 0,2740
ВП	- 0,5317	- 0,5019	- 0,3820	- 0,3499	- 0,2673
Усього	- 0,4347	- 0,4853	- 0,3792	- 0,3187	- 0,2661
Фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування та сукупних витрат					
НП	- 0,0008	0,0147	0,0142	0,0123	0,0130
СП	- 0,0009	0,0024	0,0034	0,0049	0,0048
ВП	0,0111	0,0117	0,0155	0,0183	0,0185

Продовження табл. 2.11

1	2	3	4	5	6
Усього	0,0046	0,0081	0,0104	0,0124	0,0126
Чистого прибутку та сукупних витрат					
НП	- 0,0049	0,0091	0,0093	0,0089	0,0094
СП	- 0,0019	0,0014	0,0022	0,0036	0,0035
ВП	0,0060	0,0071	0,0107	0,0138	0,0139
Усього	0,0014	0,0049	0,0070	0,0093	0,0093

Витрати іншої звичайної діяльності не дають відповідного позитивного ефекту. Найвищі втрати на 1 грн. даного виду витрат в 2006 році властиві групі середніх підприємств. Близькі їм за значенням показники великих підприємств і найнижчі втрати в групі невеликих підприємств.

І нарешті, кінцевий фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, розрахований на 1 грн. сукупних витрат підприємства в цілому та за групами підприємств має тенденцію до росту. Кращі середні показники характерні для великих підприємств, гірші - для середніх. Підтверджуються й попередні висновки про рівень коливань показника по окремих підприємствах, що найбільш високий у групі невеликих підприємств, а найменший - у групі великих.

На 1 грн. сукупних витрат у цілому по сукупності підприємств в 2006 році приходилося всього 0,93 коп. чистого прибутку, що вище показників 2002 року на 0,79 коп. Ріст даного показника характерний у середньому для всіх груп підприємств, а найвищий розмір також належить групі великих підприємств.

На наступному етапі аналізу вивчимо показники, що дозволяють оцінити *ступінь участі попереднього елемента фінансових результатів у формуванні наступного* (таблиця 2.12, додаток П, табл. П1-П7). Дана група показників, характеризує структурні зрушення у формуванні фінансових результатів (формула 1.3). Що стосується співвідношення валового та чистого доходу, то даний показник був розглянутий при вивченні рівня валового доходу (табл. 2.10). У даній інтерпретації слід лише зазначити, що ступінь участі чистого доходу у формуванні валового у всіх групах підприємств та в середньому за сукупністю протягом 5 років знижується.

Валовий дохід у формуванні фінансових результатів від реалізації в середньому по сукупності бере участь у меншій мірі, чим чистий дохід у валовому. При цьому як у цілому по сукупності, так і в групах невеликих та середніх підприємств даний коефіцієнт знижується. Особливо низка ступінь впливу валового доходу на результати від реалізації в невеликих підприємствах. І тільки в групі великих підприємств даний показник не

Таблиця 2.12

Співвідношення різних показників фінансових результатів за групами підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2002-2006 роках

Групи підприємств	Співвідношення різних показників фінансових результатів, од.				
	2002	2003	2004	2005	2006
Валового та чистого доходів					
НП	0,1730	0,1739	0,1688	0,1661	0,1654
СП	0,1421	0,1427	0,1422	0,1422	0,1419
ВП	0,1313	0,1284	0,1289	0,1262	0,1256
Усього	0,1404	0,1385	0,1380	0,1360	0,1355
Фінансових результатів від реалізації та валового доходу					
НП	0,0747	0,0662	0,0282	0,0131	0,0108
СП	0,0917	0,0876	0,0767	0,0723	0,0692
ВП	0,1279	0,1283	0,1275	0,1472	0,1406
Усього	0,1050	0,1038	0,0950	0,1020	0,0974
Фінансових результатів від операційної діяльності та суми валового доходу й інших доходів від операційної діяльності					
НП	0,0011	0,1137	0,1024	0,0814	0,0807
СП	0,0016	0,0257	0,0299	0,0406	0,0427
ВП	0,1410	0,1362	0,1565	0,1755	0,1683
Усього	0,0650	0,0887	0,0990	0,1113	0,1083
Фінансових результатів від операційної діяльності та фінансових результатів від реалізації					
НП	0,0132	1,8082	3,9325	6,6981	8,0066
СП	0,0157	0,2745	0,3711	0,5436	0,6005
ВП	1,1194	1,0708	1,2691	1,2337	1,2367
Усього	0,5925	0,8403	1,0458	1,1025	1,1257
Фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування та фінансових результатів від операційної діяльності					
НП	-5,1010	0,7174	0,7745	0,8620	0,9213
СП	-4,6552	0,7065	0,8409	0,8741	0,8195
ВП	0,5918	0,6641	0,7451	0,7994	0,8459
Усього	0,5264	0,6775	0,7603	0,8153	0,8479
Чистого прибутку та фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування					
НП	-5,7327	0,6186	0,6532	0,7263	0,7276
СП	-1,9744	0,5892	0,6532	0,7450	0,7254
ВП	0,5454	0,6074	0,6875	0,7509	0,7496
Усього	0,3133	0,6070	0,6786	0,7479	0,7440
Нерозподіленого та чистого прибутку					
НП	-0,8245	0,5178	0,8305	0,7919	0,7219
СП	-0,4409	0,6418	0,6329	0,4602	0,6387
ВП	0,6321	0,6535	0,6076	0,4426	0,5706
Усього	1,7725	0,6288	0,6374	0,4743	0,5939

тільки зростає протягом 5-ти років, але й в 2005 і 2006 роках стає вище, ніж попередній коефіцієнт, що свідчить про зростання ефективності на даному етапі формування фінансових результатів. Рівень коливань даного співвідношення до 2006 року знижується в групі середніх та великих

підприємств і лежить у межах відповідно від -0,1631 до 0,2887 і від 0,0077 до 0,2602. У групі невеликих підприємств розмах значень збільшився й склав від -0,6092 до 0,2390. Негативний знак при коефіцієнті свідчить про те, що валового доходу не вистачає на покриття витрат, пов'язаних з реалізацією товарів.

Ефективність формування наступного показника фінансових результатів від операційної діяльності в цілому за сукупністю, у невеликих й, особливо, у великих підприємствах торгівлі до кінця періоду (в 2006 році) підвищується в порівнянні з попереднім етапом та періодами. Коефіцієнт участі валового доходу та інших доходів від операційної діяльності у формуванні відповідних фінансових результатів вище попереднього в невеликих підприємствах на 0,0699, а в порівнянні з 2002 роком на 0,0796. Для великих підприємств приріст відповідно склав 0,0279 і 0,0273. У середніх підприємствах, незважаючи на ріст даного співвідношення в часі на 0,0411, у порівнянні з попереднім етапом оцінки він залишається нижче у всіх періодах. В 2006 році різниця становить 0,0265. При цьому розмах варіації розглянутого коефіцієнту до 2006 року зменшується у всіх групах підприємств. Максимальний рівень має місце в групі великих підприємств (0,3613), мінімальний у групі невеликих (-0,1648).

Наступний, розрахований коефіцієнт співвідношення фінансових результатів від операційної діяльності та фінансових результатів від реалізації, у групі невеликих і великих підприємств перевищує 1,0, що свідчить про високу значимість іншої операційної діяльності у формуванні даного виду результату, особливо це відноситься до невеликих підприємств. У групі середніх він нижче 1,0, що свідчить про відволікання частини фінансових результатів від реалізації на покриття збитків іншої операційної діяльності.

Співвідношення фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування та фінансових результатів від операційної діяльності свідчать про ріст ефективності даного етапу формування фінансових результатів у порівнянні з попереднім (формування фінансових результатів від операційної діяльності за рахунок валових та інших доходів від операційної діяльності) і в часі у всіх групах підприємств та в цілому по сукупності. В 2006 році в середньому по групі невеликих підприємств 92,13 % фінансових результатів від операційної діяльності беруть участь у формуванні фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування, у групі середніх підприємств торгівлі даний показник -

становить 81,95%, у групі великих - 84,59%. Розглядаючи значення даного коефіцієнта в розрізі окремих підприємств, можна відзначити, що в тих підприємствах, де його значення перевищують 1,0 фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування в певній мері формуються під впливом доходів від фінансової та інвестиційної діяльності, які перевищують відповідні витрати. Якщо він менше 1,0, то це значить, що частина фінансових результатів від операційної діяльності йде на покриття збитків іншої звичайної діяльності.

Два останніх коефіцієнти, представлених у таблиці 2.12 і табл. М6, М7 (додаток М), характеризують уже *ефективність* не процесу утворення, а *процесу розподілу фінансових результатів*. Частка чистого прибутку у фінансових результатах від звичайної діяльності до оподаткування є відносно стабільним показником за групами підприємств. Вона змінюється по періодах, в основному під впливом змін ставок податку на прибуток.

Коефіцієнт, що характеризує використання чистого прибутку на цілі розвитку, не має чітких тенденцій по роках. Він то знижується, то зростає. Найвищі значення до кінця періоду мають невеликі підприємства, а найнижчі - великі. Слід зазначити, що розрахунок даного коефіцієнту доцільний та можливий тільки при позитивних значеннях чистого прибутку.

На наступному етапі аналізу ефективності процесу формування фінансових результатів у підприємствах роздрібної торгівлі зупинимося на вивченні показників, що характеризують *ефективність динамічних змін фінансових результатів* (формула 1.4) (таблиці 2.13, 2.14, додаток Р, табл. Р1-Р12). Показники цієї групи дають можливість оцінити, на скільки відсотків може змінитися кожний наступний показник фінансових результатів при зміні попереднього на 1,0%, тобто характеризують еластичність змін кожного наступного показника від попереднього. Розраховані на основі інформації, представленої в таблиці 2.13, співвідношення (табл. 2.14) дозволяють відзначити, насамперед, високі їх коливання як по періодам, так і по групам і по окремим підприємствам усередині груп. Це обумовлено нестабільною динамікою досліджуваних показників по рокам та окремим підприємствам, що, у свою чергу, пов'язано з високою залежністю формування розміру фінансових результатів від значного числа як зовнішніх, так і внутрішніх факторів. Загальний аналіз даної таблиці дозволяє відзначити, що чим нижче в «Звіті про фінансові результати» значення показників фінансових результатів, тим вище рівень випадковості в їх формуванні. Це підтверджують і дані таблиці 2.14.

Відносні показники приросту фінансових результатів за групами підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2002-2006 роках

Групи підприємств	Приріст, од				
	2002	2003	2004	2005	2006
Чистого доходу					
НП	-	0,0291	0,0034	0,0158	0,0113
СП	-	0,0950	0,0482	0,0227	0,0181
ВП	-	0,2542	0,0457	0,1023	0,0197
Усього	-	0,1612	0,0428	0,0617	0,0184
Валового доходу					
НП	-	0,0346	-0,0263	-0,0004	0,0072
СП	-	0,0999	0,0445	0,0225	0,0159
ВП	-	0,2260	0,0504	0,0793	0,0145
Усього	-	0,1457	0,0390	0,0464	0,0143
Фінансових результатів від реалізації					
НП	-	-0,0832	-0,5856	-0,5372	-0,1631
СП	-	0,0507	-0,0853	-0,0362	-0,0273
ВП	-	0,2303	0,0440	0,2456	-0,0307
Усього	-	0,1324	-0,0489	0,1233	-0,0314
Фінансових результатів операційної діяльності					
НП	-	124,15	-0,0987	-0,2117	0,0004
СП	-	17,339	0,2366	0,4121	0,0744
ВП	-	0,1768	0,2374	0,2109	-0,0283
Усього	-	0,6060	0,1837	0,1842	-0,0110
Фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування					
НП	-	-18,60	-0,0268	-0,1226	0,0691
СП	-	-3,783	0,4718	0,4679	0,0073
ВП	-	0,3207	0,3882	0,2992	0,0282
Усього	-	1,067	0,3284	0,2699	0,0285
Чистого прибутку					
НП	-	-2,899	0,0276	-0,0243	0,0710
СП	-	-1,830	0,6318	0,6742	-0,0191
ВП	-	0,4707	0,5713	0,4190	0,0265
Усього	-	3,0056	0,4850	0,3995	0,0231

Так, еластичність змін валового від змін чистого доходу, по-перше, має не високі коливання і, по-друге, менш значимі, чим наступні розраховані показники. Рівень залежності до того ж має тенденцію до зниження. У цілому по сукупності в середньому приріст чистого доходу на 1,0% в 2003 році сприяв приросту валового доходу на 0,9%, в 2006 році ця залежність знизилася до 0,78%. По групах підприємств найвища залежність до кінця періоду була в групі середніх, а найнижча в групі невеликих. Але для останньої групи характерний більший розкид значень коефіцієнта усередині групи.

Таблиця 2.14

Співвідношення приростів різних показників фінансових результатів за групами підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2002-2006 роках

Групи підприємств	Співвідношення приростів різних показників фінансових результатів, од				
	2001	2002	2003	2004	2005
Валового та чистого доходів					
НП	-	1,1899	-7,765	-0,0222	0,6379
СП	-	1,0515	0,9246	0,9936	0,8755
ВП	-	0,8890	1,1020	0,7748	0,7338
Усього	-	0,9035	0,9108	0,7526	0,7785
Фінансових результатів від реалізації та валового доходу					
НП	-	-2,406	22,254	1526,67	-22,639
СП	-	0,5077	-1,9148	-1,6070	-1,7207
ВП	-	1,0191	0,8743	3,0981	-2,1224
Усього	-	0,9086	-1,2533	2,6579	-2,2001
Фінансових результатів від операційної діяльності та фінансових результатів від реалізації					
НП	-	-1491,82	0,1685	0,3940	-0,0023
СП	-	341,82	-2,774	-11,386	-2,7258
ВП	-	0,7679	5,391	0,8586	0,9222
Усього	-	4,5787	-3,760	1,4935	0,3503
Фінансових результатів від операційної діяльності та валового доходу					
НП	-	3588,99	3,750	601,55	0,0519
СП	-	173,54	5,312	18,296	4,690
ВП	-	0,7826	4,714	2,660	-1,957
Усього	-	4,1604	4,7125	3,970	-0,7706
Фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування та фінансових результатів від операційної діяльності					
НП	-	-0,1498	0,2720	0,5792	184,8959
СП	-	-0,2182	1,9943	1,1354	0,0987
ВП	-	1,8132	1,6353	1,4189	-0,9984
Усього	-	1,7608	1,7871	1,4651	-2,5853
Чистого прибутку та фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування					
НП	-	0,1559	-1,0268	0,1983	1,0278
СП	-	0,4839	1,3390	1,4410	-2,6067
ВП	-	1,4679	1,4717	1,4002	0,9401
Усього	-	2,8168	1,4769	1,4801	0,8125

Чим вище абсолютні значення співвідношень приростів різних показників фінансових результатів, тим більше уваги варто приділяти даному етапу їх формування, тому що при зниженні визначальних показників, результативні показники будуть знижуватися в більшій мірі (тобто має місце ефект операційного важеля). Висока й нестабільна залежність має місце між динамікою валового доходу та фінансових результатів від реалізації. У групі невеликих підприємств середні значення коефіцієнтів коливаються по роках

від 1526,7 в 2005 році до -22,6 в 2006 році, що свідчить про відсутність чітких тенденцій у розвитку малого бізнесу, їх високій залежності від зовнішніх умов і о відсутності належного управління процесом з боку керівництва підприємств. У середніх та великих підприємствах рівень коливань й залежності значно нижче, але і їх дані свідчать про слабку керованість та випадковість формування фінансових результатів. Так, ріст валового доходу не викликав адекватного росту фінансових результатів від реалізації в 2006 році не тільки в невеликих, але й у середніх і навіть у великих підприємствах. Рівень коливань даного коефіцієнта значно вище усередині груп підприємств, чим попереднього.

Що стосується формування фінансових результатів від операційної діяльності, то ступінь впливу на їх динаміку приросту фінансових результатів від реалізації різко знижується в групі невеликих підприємств. При зниженні фінансових результатів від реалізації в 2006 році в порівнянні з 2005 роком на 16,3%, фінансові результати від операційної діяльності не знизилися, а навіть незначно збільшилися на 0,4%. У групі середніх підприємств також відсутня чітка залежність. Фінансові результати від операційної діяльності ростуть незалежно від зниження фінансових результатів від реалізації. І тільки в групі великих підприємств спостерігається відносно стабільна позитивна залежність. В 2006 році при зростанні фінансових результатів на 1,0% фінансові результати від операційної діяльності вирости в середньому на 0,92%.

Взаємозв'язок динаміки фінансових результатів від операційної діяльності від динаміки валового доходу також не має чітких і стабільних проявів. У невеликих підприємствах коефіцієнт еластичності коливається в середньому від 3589 в 2002 році до 0,0519 в 2006 році. У групі середніх підприємств рівень змін нижче відповідно від 173,5 до 4,69. І тільки середні показники для групи великих підприємств коливається від 4,71 в 2003 році до -1,96 в 2006 році. Остання цифра означає, що при прирості валового доходу на 1,45%, фінансові результати від операційної діяльності знизилися на 2,83%. Слід зазначити й високі коливання значень даного показника усередині розглянутих груп підприємств.

Співвідношення темпів приросту фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування та фінансових результатів від операційної діяльності свідчить, що в окремі періоди (2004, 2005 роки) при однаковій спрямованості змін, ріст або зниження другого показника на 1,0% приводить до відповідної зміни першого у всіх групах підприємств і в цілому по

сукупності. Що стосується 2003 та 2006 років, то важко відзначити чіткі залежності в силу різної спрямованості змін, що в цілому характеризує процес формування фінансових результатів на цьому етапі й у ці періоди як неефективний.

І останній коефіцієнт, що виражає співвідношення приростів чистого прибутку та фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування, має більш стабільні значення в чинність чітких умов їх взаємозв'язку. Так, у групі невеликих підприємств його значення по роках коливаються від -1,027 в 2004 році до 1,028 в 2006 році. У групі середніх підприємств від -2,607 в 2006 році до 1,441 в 2005 році. І найбільш стабільні залежності мають місце у великих підприємствах, у яких рівень залежності знижується від 1,47 в 2004 році до 0,94 в 2006 році. Менш істотним у порівнянні з попередніми коефіцієнтами є розкид значень даного співвідношення й усередині груп підприємств.

На завершальному етапі аналізу зупинимось на вивченні показників *рентабельності та економічного росту*, представлених у таблиці 2.15 і додатку 3 (табл. 31-36). Перший показник - рентабельність інвестованого капіталу, що розрахований на основі фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування (формула 1.5). Динаміка його середніх значень за групами і в цілому за сукупністю підприємств торгівлі свідчить про ріст ефективності. Особливо високими темпами він росте в невеликих підприємств і в 2006 році досягає максимальних значень серед розглянутих груп підприємств. У групі великих підприємств динаміка менш значна й рівень рентабельності інвестованого капіталу в 2006 році майже в 2,5 рази нижче, ніж у невеликих підприємствах. Дане положення пов'язано з розмірами самого капіталу, що у великих підприємствах формується значною мірою за рахунок власного, а в невеликих підприємствах висока частка орендованих основних коштів. Середні підприємства мають найменші значення даного показника рентабельності до кінця аналізованого періоду. При цьому, розкид значень усередині груп підприємств найменший у групі великих підприємств торгівлі.

Наступний показник, що характеризує віддачу торговельної площі по підсумковому фінансовому результаті (від звичайної діяльності до оподатковування) (формула 1.6) дає можливість більш реально зіставити ефективність господарювання в різних групах підприємств торгівлі. У невеликих підприємствах віддача різко виросла в 2003 році й зберігала максимальні значення в порівнянні з іншими групами підприємств.

Таблиця 2.15

Показники рентабельності та економічного росту за групами підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2002-2006 роках

Групи підприємств	Показники рентабельності та економічного росту				
	2002	2003	2004	2005	2006
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, що розраховані на 1 грн. середньорічної величини капіталу, од.					
НП	-0,0037	0,0609	0,0553	0,0483	0,0514
СП	-0,0023	0,0058	0,0082	0,0116	0,0115
ВП	0,0126	0,0121	0,0169	0,0218	0,0222
Усього	0,0076	0,0121	0,0160	0,0200	0,0203
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, що розраховані на 1 м ² торговельної площі, грн. /м ²					
НП	-3,91	68,74	66,89	58,69	62,75
СП	-4,44	12,37	18,20	26,72	26,92
ВП	21,18	27,97	38,82	50,44	51,86
Усього	12,84	26,54	35,26	44,77	46,04
Співвідношення чистого прибутку та середньорічної величини власного капіталу, од					
НП	-0,0367	0,0737	0,0728	0,0677	0,0693
СП	-0,0102	0,0071	0,0108	0,0174	0,0167
ВП	0,0112	0,0118	0,0176	0,0245	0,0245
Усього	0,0042	0,0126	0,0178	0,0242	0,0242
Співвідношення нерозподіленого прибутку та середньорічної величини власного капіталу, од.					
НП	0,0303	0,0382	0,0605	0,0536	0,0500
СП	0,0045	0,0046	0,0069	0,0080	0,0107
ВП	0,0071	0,0077	0,0107	0,0108	0,0140
Усього	0,0074	0,0079	0,0113	0,0115	0,0144
Співвідношення чистого прибутку базисного періоду та приросту середньорічної величини власного капіталу у звітному періоді, од.					
НП	-	0,6812	1,8327	1,4828	1,4280
СП	-	-0,0525	0,1022	0,2492	0,8605
ВП	-	0,0281	0,2502	0,7961	0,9951
Усього	-	0,0126	0,2446	0,6471	0,9959
Співвідношення нерозподіленого прибутку базисного періоду та приросту середньорічної величини власного капіталу у звітному періоді, од.					
НП	-	-0,5616	0,9490	1,2315	1,1308
СП	-	0,0232	0,0656	0,1577	0,3960
ВП	-	0,0178	0,1635	0,4837	0,4404
Усього	-	0,0224	0,1538	0,4124	0,4724

У середніх підприємствах віддача, хоча й росла протягом усього періоду, мала мінімальні значення й відрізнялася в 2006 році більш ніж в 2 рази від середніх значень у групі невеликих підприємств. Для великих підприємств характерний стабільний ріст, у силу якого значення рівня віддачі наблизилися до показників першої групи підприємств наприкінці

періоду. Рівень коливань показника віддачі усередині груп підприємств найбільш високий у невеликих підприємствах (в 2006 році він коливається від $-160,67$ грн./м² до $360,63$ грн./м²) і мінімальний у середніх підприємствах (відповідно від $-18,54$ грн./м² до $102,27$ грн./м²).

Наступні чотири показники (формули 1.7-1.10) дозволяють оцінити *загальну ефективність використання фінансових результатів*, як ресурсів, за рахунок яких досягається приріст власного капіталу. Перший із цих показників визначається як частка чистого прибутку даного періоду в середньорічній величині власного капіталу та характеризує його можливий приріст. У невеликих підприємствах, які мають найбільші можливості економічного росту в 2006 році в порівнянні з іншими групами підприємств торгівлі, даний показник різко зріс в 2003 році, а потім трохи знизився до $0,0693$ до кінця періоду. У групі середніх підприємств можливі темпи економічного росту найнижчі. Стабільні й зростаючі можливості для збільшення власного капіталу характерні для групи великих підприємств. Розмах варіації усередині сукупності підприємств в 2006 році перебуває в межах від $-0,4056$ до $0,5605$.

Співвідношення нерозподіленого прибутку та середньорічної вартості власного капіталу характеризує вже не можливості, а реальний приріст власного капіталу. Середні показники за групами розраховані на основі сум нерозподіленого прибутку незбиткових підприємств, що привело до різної спрямованості їх значень у порівнянні з попереднім показником (особливо в 2002 році). Але в цілому тенденції їх корелюють один з одним. Найбільш істотний внесок у розвиток власного капіталу має місце в невеликих підприємствах, найменше - у середніх.

Два останніх показники характеризують міру участі чистого та нерозподіленого прибутку базисного періоду у прирості власного капіталу наступного за ним періоду. Як видно з дані таблиці 2.15 все більшу частку протягом розглянутого періоду у формуванні приросту власного капіталу грають внутрішні джерела у вигляді нерозподіленого прибутку, що стає можливим у силу зростання чистого прибутку щодо розміру власного капіталу у всіх групах підприємств та зростання частки нерозподіленого прибутку в чистому.

Високий розкид значень показників, що характеризують ефективність формування фінансових результатів у підприємствах роздрібної торгівлі, свідчить про недостатній рівень управління, слабку інформованість керівників підприємств або осіб, що приймають рішення, про стан і ступінь

впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що визначають даний процес.

2.3. Фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що визначають фінансові результати

У підрозділі 1.3 була наведена систематизація та дана характеристика основним групам факторів, які впливають на величину й ефективність формування фінансових результатів у підприємствах роздрібною торгівлі. З погляду управління важливим є розподіл груп факторів *на зовнішні та внутрішні*. На даному етапі досліджень спробуємо виявити найбільш істотні фактори та оцінити ступінь їх впливу на фінансові результати підприємств роздрібною торгівлі.

Насамперед, охарактеризуємо фактори зовнішнього середовища [119]. Коливання в зовнішньому середовищі можуть різко змінювати фінансові результати підприємств і навіть приводити їх до банкрутства. Факторами впливу зовнішнього оточення можуть бути процентні ставки, обмінні курси, товарні ціни, ціни акцій й ін. Причому підприємство, на яке впливають зміни фінансових цін, зовсім не обов'язково повинно бути безпосередньо пов'язано з ринком, на якому міняються ці ціни. Наприклад, підприємство роздрібною торгівлі може зовсім не використовувати зовнішнє фінансування й може не володіти чутливими до процентних ставок активами. Однак воно, проте, може піддаватися значним процентним ризикам. Якщо обсяг реалізації товарів чутливий до процентних ставок, то у випадку їх збільшення фірма зазнає збитків від продажів. Така ситуація, наприклад, є типовою для торгівлі автомобілями, товарами тривалого користування, оскільки покупці для оплати даної продукції використовують кошти зовнішнього фінансування.

В іншому випадку, коли торговельне підприємство займається реалізацією вітчизняної продукції на внутрішньому ринку. На перший погляд може здатися, що на таке підприємство ні яким чином не впливають зміни обмінних валютних курсів. Однак якщо на товарному ринку з'являються іноземні аналоги продукції, то зміни обмінного курсу будуть відбиватися на цінах цих товарів, і внаслідок цього, впливати на обсяги продажу даного підприємства. Подібним же чином, підвищення ціни на один товар може вплинути на ціни інших за рахунок збільшення або зменшення попиту на ці товари у зв'язку з тим, що споживач буде намагатися замінити ними «перший» товар.

У сучасних умовах більша частина торговельних підприємств вже знають, як управляти внутрішніми процесами. Основні комерційні ризики пов'язані з такими сферами діяльності, як визначення кола постачальників, способу поставки товарів, обґрунтування асортиментної та цінової політики, форм організації продажів і надання послуг клієнтам й ін. Однак значна частина ризиків визначається подіями, що відбуваються поза підприємством, у його зовнішньому оточенні. Прояви таких ризиків можуть привести до краху навіть дуже ефективного підприємства із прекрасним менеджментом. Із цієї причини зовсім недостатньо управляти тільки основними виробничими процесами - варто звертати увагу й на вплив зовнішнього середовища на фінансові результати торговельного підприємства [95, 120, 121].

Зовнішнє середовище неоднорідне й диференційовано за силою, періодичністю, характеру впливу на підприємство. З позицій сучасного менеджменту зовнішнє середовище розглядають як сукупність суб'єктів і сил, що перебувають за межами підприємства та впливають яким-небудь чином на його фінансові результати [106, 108, 122, 123].

Існують різні підходи до опису структури зовнішнього середовища організації. Найчастіше в сучасній літературі *зовнішнє середовище* організацій розглядається як дворівнева система, що складається з *мікро-* (середовища безпосереднього оточення) та *макросередовища* (середовища непрямого оточення), кожний з яких включає певні фактори, або субсередовища [101, 103, 110, 124]. Але необхідно пам'ятати, що непрямий вплив не менш реальний.

При аналізі впливу *зовнішнього середовища* на фінансові результати підприємства можна деталізувати зовнішнє оточення за силою впливу на [24, 102, 124]:

- макрооточення;
- стан та перспективи розвитку галузі;
- конкурентне середовище в галузі;
- вплив конкурентів.

Макрооточення створює загальні умови, у яких діє підприємство, визначаючи для нього та інших підприємств межі припустимого й неприпустимого. Макрооточення стосовно підприємства виступає: як причина та умова обмеження (або можливості розширення) діяльності; як передумова, що викликає необхідність змін на підприємстві. Макрооточення підприємства характеризується соціальною, економічною, правовою, політичною та технологічною складовими.

Соціальна складова являє собою комплекс соціальних явищ і процесів. Вона характеризується чисельністю та структурним складом населення, рівнем освіти, стилем життя, звичками, традиціями, трудовою етикою, готовністю людей терпіти нестатки, пов'язані із проведеними реформами, й ін. Більша частина з перерахованих характеристик є факторами, що визначають рівень та склад потреб населення, які формують попит і через нього впливають на обсяги продажів та фінансові результати підприємств торгівлі.

Економічна складова визначається рівнем та особливостями ринкового механізму. До її характеристик відносять рівень економічного розвитку, бюджет країни і його виконання, доступність ресурсів, доходи населення, рівень безробіття, рівень оподаткування, інфляція, процентні ставки, продуктивність праці, величина заробітної плати й ін. Механізм її впливу на фінансові результати очевидний.

Правова складова встановлює права, відповідальність та обов'язки підприємств, що визначають правила ділових взаємин, відносини підприємства із суспільством, обмеження на окремі види діяльності, права споживачів продукції, порядок реєстрації підприємства, його санації й ін. Норми й правила поведінки істотно впливають на можливості формування доходів підприємства, склад та розміри витрат, рівень господарських ризиків та інші аспекти господарської діяльності.

Політична складова представлена органами державної влади та конкуруючими партіями і групами. Вона визначає цілі розвитку суспільства, пріоритетність розвитку галузей економіки й регіонів, характер політичної боротьби, можливості та напрямки розвитку політичної системи, здатності існуючого уряду ефективно проводити в життя свою програму, ступінь її суспільної підтримки або опору їй. Дана складова макросередовища визначає багато в чому стабільність розвитку суспільства та економічних процесів, їх спрямованість і безперечно впливає на фінансові результати підприємств.

Технологічна складова представлена факторами науково-технічного прогресу в області виробництва, матеріалів, продуктів, появи нових галузей і товарів, форм їх просування й реалізації. Ряд цих факторів створюються усередині підприємств, але в значно більшому ступені - поза ними, у наукових організаціях, науково-технічних центрах й ін. Вивчення технологічної складової макрооточення дозволяє підприємству не прогледіти «технологічний ривок» та підтримати на відповідному йому рівні свої фінансові результати.

До *середовища безпосереднього оточення* відносять ту частину зовнішнього середовища, з якою підприємство має конкретну й безпосередню взаємодію. У центрі уваги знаходяться споживачі, конкуренти, постачальники. Важливим об'єктом вивчення є місце розташування підприємства на ринку серед конкурентів.

У даному напрямку необхідно відслідковувати *стан та розвиток ситуації на ринку*, конкурентні позиції підприємства на ньому, які значною мірою визначають його подальше фінансове благополуччя. Вивчення та аналіз впливу зовнішнього оточення на фінансові результати підприємств роздрібно́ї торгівлі варто здійснювати за напрямками, представленими на рис. 2.1.

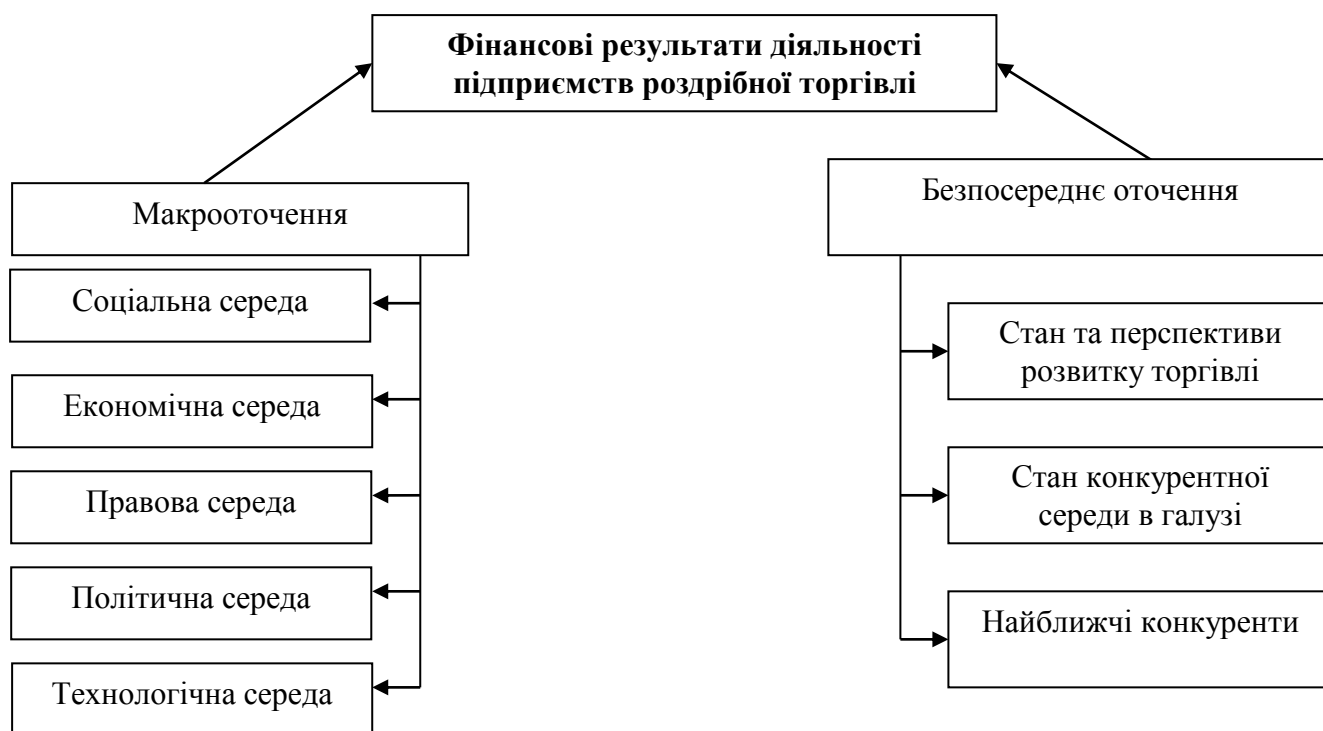


Рис. 2.3. Основні напрямки дослідження впливу зовнішнього середовища на фінансові результати підприємств роздрібно́ї торгівлі

Стан та перспективи розвитку галузі можуть сильно відрізнятися від інших галузей. Відмінності виражаються у рівні галузевої рентабельності, розкиді рентабельності окремих підприємств, структурі витрат, що зложилася, швидкості обороту капіталу, інтенсивності конкуренції й інших характеристик. Вивчення цих характеристик, виявлення тенденцій їх зміни створюють «профіль» галузі та надають важливу інформацію для визначення можливих напрямків розвитку організації.

Торгівля як галузь господарства має рядом специфічних особливостей, які впливають на формування фінансових результатів. Це, насамперед, місце торгівлі в суспільному виробництві, що є посередником, проміжною ланкою, між виробниками товарів та їх споживачами і її, відповідно висока залежність від тих і інших. Сфера діяльності торговельних підприємств у більшій частині знаходиться в рамках споживчого ринку й продуктом її є послуги з доведення товарів до широкого кола різноманітних кінцевих споживачів. Основною формою конкуренції на даному ринку є монополістична конкуренція, що накладає свій відбиток як на формування цін, доходів, так і витрат торговельних підприємств. Відносно невисока капіталомісткість і висока швидкість обороту коштів, що інвестуються, внаслідок відсутності виробничої фази. Особливостями торгівлі також є механізми ціноутворення, формування доходів й ін. [71, 75, 107, 125]

Для кожного окремого підприємства торгівлі важливо чітко представляти, що сприяє розвитку галузі, у якому напрямку воно здійснюється, як будуть мінятися ринкові умови.

Конкурентне середовище визначає, які сили впливають на ступінь інтенсивності конкурентної боротьби. Вивчення конкуренції й визначальних її факторів відіграють особливу роль у діяльності торговельних підприємств. Ніж інтенсивніше конкурентна боротьба (при чому не тільки в рамках галузі), тим суужніше підприємству вижити й тем складніше йому підтримувати свою фінансову стабільність.

Вплив конкурентів визначається їх цілями, особливостями товарної та цінової політики, що проводяться, організацією збуту, прийомами стимулювання реалізації продукції, фінансовим станом. Все це формує ринкову позицію конкурентів.

Для підприємства важливо знати й враховувати у своїй діяльності: поточне положення конкурентів (які в них позиції в стратегічній групі, які конкуренти підсилюють позиції, які в галузі попит та його динаміка й ін.); можливі стратегії конкурентів (внутрішній ріст, розширення через поглинання й ін.); потенціал конкурентів (технологічний, фінансовий й інші можливості); цілі конкурентів (збільшити частку на ринку, переміститися в групу лідерів й ін.).

Для наочного підтвердження впливу зовнішнього середовища на фінансові результати підприємств торгівлі розглянемо дані таблиці 2.16, у якій представлені ланцюгові темпи росту деяких макроекономічних показників в цілому по Україні, які розраховані на основі «Статистичного

щорічника України за 2006 рік» і даних Держкомстату України [126, 127].

Таблиця 2.16

**Показники динаміки основних макроекономічних показників України
та показників фінансових результатів торговельної галузі**

(% до попереднього року)

Показники	1996	1998	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Індекс споживчих цін	139,7	120,0	106,1	99,4	108,2	112,3	110,3	111,6
Доходи населення	152,1	108,6	125,9	118,0	105,2	116,2	119,8	125,7
Кількість безробітних	139,0	126,1	93,0	91,4	95,6	99,3	89,8	86,2
Заробітна плата за грудень (до грудня попереднього року)								
номінальна	121,8	105,6	127,7	117,0	123,7	127,5	144,9	129,2
реальна	86,2	87,1	120,4	115,6	112,9	123,5	131,5	118,3
Внески населення в комерційних банках	-	134,5	168,4	170,7	147,4	136,4	175,9	145,8
Курс гривні до долара США	-	131,6	98,7	99,2	100,1	99,7	96,3	100
Процентна ставка комерційних банків по кредитах:								
% ставка	-	55,4	31,9	24,8	20,2	17,9	16,4	15,1
темпи змін	-	-	79,2	77,7	81,4	88,6	91,6	92,1
Кредити, видані комерційними банками суб'єктам господарювання	133,8	123,6	144,4	148,2	161,4	130,6	161,9	171,0
Роздрібний товарообіг	94,9	93,4	113,7	115,0	120,6	119,9	122,4	126,5
Збиткові підприємства (% від загальної кількості)								
- у цілому	-	55	43,0	43,0	41,0	34,8	33,3	33,5
- оптова та роздрібна торгівля; торгівля транспортними засобами та послуги ремонту	-	49	39,0	37,0	35,0	31,6	30,1	30,6
Фінансовий результат								
- у цілому	76,7	24,7	134,5	78,1	137,0	211,4	129,2	118,5
- оптова та роздрібна торгівля; торгівля транспортними засобами та послуги ремонту	92,2	-228	197,8	187,0	27,8	323,5	110,1	109,2

Аналіз таблиці дозволяє відзначити, що в періоди різкого підвищення роздрібних цін (1996-1998 аж до 2000 року) і зниження реальної заробітної плати спостерігається зниження розмірів роздрібно-товарообігу та відповідно зменшення фінансових результатів, величина яких досягла значних негативних величин в 1998-1999 роках. І, навпаки, у періоди низьких значень індексів споживчих цін, або періодів, коли вони знижуються, з

одночасним підвищенням значень реальної заробітної плати (2001-2003 року) спостерігаються високі темпи росту роздрібного товарообігу та починається ріст фінансових результатів підприємств торгівлі. У наступні роки (2004-2006) при випереджальних темпах зростання доходів населення та реальної середньої заробітної плати в порівнянні з ростом споживчих цін роздрібний товарообіг продовжує рости досить стійкими темпами, що сприяє й росту фінансових результатів.

Спостерігається взаємозв'язок і між фінансовими результатами підприємств галузі та станом валютного ринку. Стабілізація курсу гривні, що почалася з 2001 року, супроводжується ростом фінансових результатів.

Відповідно має місце й взаємозв'язок розглянутих показників з ринком кредитних ресурсів. Так, саме, починаючи з 2001 року, поступово знижується ставка відсотка та ростуть суми кредитних ресурсів, виданих комерційними банками суб'єктам господарювання.

У певній мірі фінансові результати галузі можна характеризувати часткою збиткових підприємств, яка протягом 1998-2006 років знижується з 49,0 до 30,6% та тісно корелює з такими ж показниками в цілому за всіма галузями України (рис. 2.3).

Слід зазначити більш високу чутливість торгівлі до змін макропоказників, чим в інших галузях. Це демонструється співвідношенням темпів росту фінансових результатів у цілому по всіх галузях народного господарства та таких же показників по торговельній галузі (рис. 2.2).

Таким чином, результати макроекономічного аналізу взаємозв'язку зовнішніх факторів з показниками фінансових результатів підприємств торгівлі підтверджують наявність такого зв'язку та дають підставу зробити висновок про необхідність їх урахування в процесі прийняття рішень про формування фінансових результатів у підприємствах галузі.

Для кількісної оцінки їх впливу можливо та доцільно використовувати економіко-статистичне й економіко-математичне моделювання. Модель як умовний образ об'єкта управління, конструюється суб'єктом управління для одержання характеристик об'єкта: його властивостей, взаємозв'язків, структурних та функціональних параметрів й ін., які найбільш істотні для цілей управління [128-131]. Економічні системи, у тому числі й економіка підприємства, мають дуже складну структуру, тому неможливо побудувати економіко-математичні моделі, які б охоплювали всі основні особливості та зв'язки цих систем. У зв'язку із цим, для того, щоб сконструйовані моделі

були адекватні дійсності, необхідно відобразити в них найбільш сутнісні сторони та зв'язки досліджуваного об'єкта.



Рис. 2.2. Ланцюгові темпи росту суми фінансових результатів підприємств та організацій в цілому по Україні, у тому числі по оптовій та роздрібній торгівлі, а також по сукупності підприємств роздрібною торгівлі продовольчими товарами м. Харкова

По характеру взаємозв'язку між економічними явищами, які можуть бути представлені певною системою показників, у статистичних та аналітичних дослідженнях розрізняють функціональні (детерміновані) та стохастичні (імовірнісні) зв'язки.

Функціонально-детермінований зв'язок - зв'язок, при якому кожному значенню факторної ознаки відповідає цілком не випадкове значення результативної ознаки. При стохастичних зв'язках між фактором та результатом спостерігається лише визначене співвідношення. Такого роду зв'язки характерні для більшості економічних процесів та явищ, які складаються одночасно під впливом безлічі факторів, що діють найчастіше різноспрямовано [8, 30, 31, 82, 132].

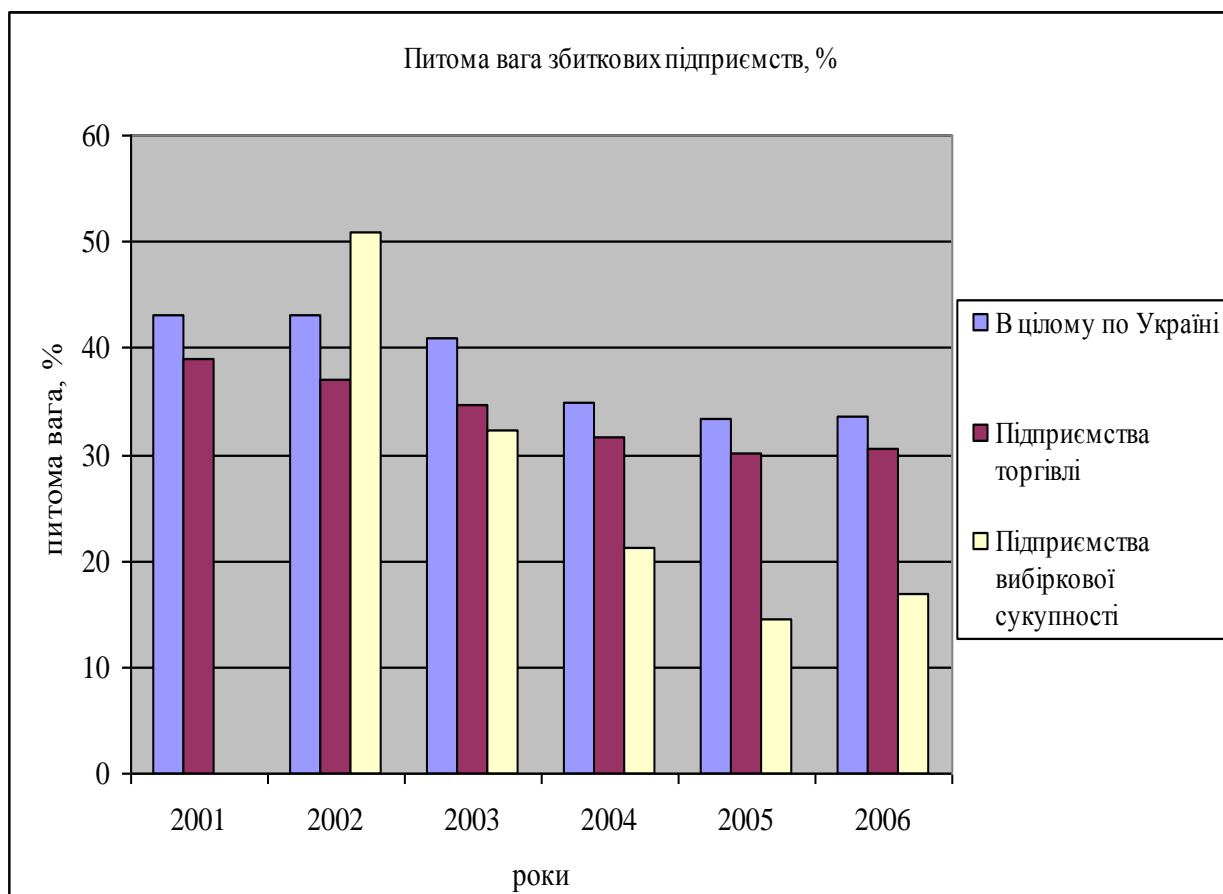


Рис. 2.3. Питома вага збиткових підприємств у загальному числі підприємств і організацій у цілому по Україні, у тому числі в оптовій і роздрібній торгівлі, а також у сукупності підприємств роздрібною торгівлі продовольчими товарами м. Харкова

У детермінованому моделюванні факторних систем можна виділити типи моделей, що найбільше часто зустрічаються в аналізі господарської діяльності [8, 132, 133]:

1) адитивні моделі:

$$Y = \sum_{i=1}^n x_i \quad (2.1);$$

2) мультиплікативні моделі:

$$Y = \prod_{i=1}^n x_i \quad (2.2);$$

3) кратні моделі:

$$Y = \frac{x_i}{x_j} \quad (2.3),$$

де Y - результативний показник (вихідна факторна система);
 x_i, x_j - фактори (факторні показники).

При побудові економіко-математичної моделі, що враховує вплив факторів зовнішнього оточення на фінансові результати підприємств роздрібною торгівлі, ми виходили з наступних міркувань:

1) на основі розподілу факторів зовнішнього середовища на чотири групи узагальнюючий показник сукупного впливу всієї системи факторів на фінансові результати доцільно представити у вигляді мультиплікативної моделі:

$$K_i = \sqrt[4]{K_1 \times K_2 \times K_3 \times K_4} \quad (2.4),$$

де K_i – інтегральний показник, що дозволяє оцінити в цілому характер та напрямок впливу зовнішнього оточення на фінансові результати торговельних підприємств;

K_1 - локальний інтегральний показник, що враховує стан макросередовища;

K_2 - локальний інтегральний показник, що враховує стан та перспективи розвитку галузі;

K_3 - локальний інтегральний показник, що враховує стан конкуренції в цілому в галузі;

K_4 – локальний інтегральний показник, що враховує стан найближчих конкурентів.

2) для розуміння характеру впливу зовнішніх факторів на формування фінансових результатів варто виділити групи значень інтегральних показників, які можуть бути представлені в такий спосіб:

при $K_i > 1$ має місце абсолютно сприятливий вплив; при $K_i \gg 1$ - сприятливий вплив; при K_i , що лежить у межах, 0,5-1 – малосприятливий вплив; при K_i , що має значення від 0 до 0,5 – несприятливий вплив.

3) локальні інтегральні показники повинні моделюватися по тим же законам, що й узагальнюючий, на основі побудови мультиплікативних моделей:

$$Y_i = f(\Pi_{ij}) \quad (2.5).$$

4) при відборі окремих показників, що входять у кожен групу, варто виходити з їх [10, 111, 129, 130, 134, 135]:

- значимості (відбір ключових індикаторів) та адекватності відбиття процесів, що відбуваються;

- наявності інформаційного забезпечення для розрахунку показників;

- можливості чіткого визначення алгоритму розрахунку, що забезпечує однозначність розуміння й трактування отриманого результату різними фахівцями. При цьому, якщо значення відібраного коефіцієнту не збігається

із загальною спрямованістю досліджуваного об'єкта, його варто перетворити в односпрямований. Наприклад, ріст рівня безробіття негативно впливає на фінансові результати підприємств роздрібної торгівлі. У зв'язку із цим, у локальну інтегральну модель, варто включати K_6 , розрахований за формулою:

$$K_6 = 1: I_6, \quad (2.6),$$

де I_6 – індекс росту (зниження) безробіття;

- оптимальність кількості показників з погляду, поставлених цілей, комплексності та системності дослідження, а також виключення повтору однозначних показників.

Виходячи з вищевикладеного, нами пропонується в процесі побудови загальної та локальних інтегральних моделей враховувати для торговельних підприємств наступну систему показників (табл. 2.17).

Запропонований методичний підхід до розробки моделі оцінки впливу зовнішніх факторів на фінансові результати підприємств роздрібної торгівлі дозволяє одержати кількісні характеристики, використання яких забезпечує зниження невизначеності та підвищення рівня обґрунтованості прийнятих управлінських рішень.

Якщо знання про спрямованість впливу зовнішніх факторів лише побічно забезпечує належний рівень ефективності формування фінансових результатів у підприємствах роздрібної торгівлі, то знання про значимість, пріоритетність того або іншого внутрішнього фактору, можливостях його використання дозволяє активно впливати на формування фінансових результатів, що задовольняють цілям розвитку підприємства.

Фактори внутрішнього середовища підприємства різноманітно та різноспрямовано впливають на фінансові результати. Їх взаємозв'язки в основному проявляються як стохастичні (імовірнісні), які є предметом кореляційного аналізу. Даний аналіз дозволяє оцінити залежність між вибраними факторними та результативними ознаками, абстрагуючись при цьому від складних взаємодій їх з усіма іншими факторами. Кореляційний аналіз дозволяє оцінити залежність і тісноту зв'язку між двома випадковими величинами. Рівень тісноти зв'язку розділяє кількісний вплив розглянутих факторів та інших факторів, які не ввійшли в коло дослідження. Найбільш точними показниками ступеня тісноти зв'язку ознак є коефіцієнт кореляції та кореляційне відношення. У випадку прямолінійної залежності використовується коефіцієнт кореляції, значення якого міняється від 0 до 1.

Таблиця 2.17

Основні індикатори, що рекомендуються до включення у склад локальних інтегральних моделей при оцінці впливу зовнішнього середовища на фінансові результати підприємств роздрібної торгівлі

Основні показники макрооточення для визначення K_1	Основні показники стану та розвитку галузі для визначення K_2	Основні показники рівня конкуренції в галузі для визначення K_3	Основні показники, що характеризують стан найбільшчих конкурентів (стратегічної групи), для визначення K_4
<ul style="list-style-type: none"> - індекс інфляції; - індекс зростання реальних доходів населення; - індекс зміни товарних і нетоварних видатків населення; - індекс зміни рівня безробіття; - індекс зміни середньої процентної ставки комерційних банків по кредитуванню господарюючих суб'єктів; - індекс зміни курсу національної валюти; - індекс зміни цін і тарифів на енерго- та інші ресурси й ін. 	<ul style="list-style-type: none"> - індекс росту роздрібного товарообігу; - індекс зміни чисельності працюючих; - індекс росту середньої заробітної плати в галузі; - індекс змін інвестицій у торгівлю; - індекс зміни рівня рентабельності товарообігу або рівня рентабельності капіталу; - індекс зміни частки збиткових підприємств; - індекс зміни частки позикового капіталу й ін. 	<ul style="list-style-type: none"> - рівень концентрації в галузі, що визначається індексом зміни питомої ваги в товарообігу провідних торговельних компаній; - рівень інтенсивності конкуренції, що визначається на основі індексів зміни: кількості підприємств торгівлі; середнього розміру підприємства за торговельною площею та роздрібним товарообігом й ін. 	<ul style="list-style-type: none"> - індекс обсягу товарообігу; - індекс середнього рівня цін та торговельних націнок; - індекси показників ефективності використання ресурсів; - індекс рівня рентабельності товарообігу та капіталу; - й ін. показники внутрішнього аналізу.

Більшість аналітиків виділяють такі діапазони значень коефіцієнта кореляції для характеристики тісноти зв'язку: до 0,3 - зв'язок слабкий; від 0,3 до 0,5 - помірний; 0,5-0,7 - помітний; 0,7-0,9 - високий; понад 0,9 - досить високий. Якщо значення коефіцієнта кореляції має негативний знак, то це свідчить про наявність не прямого, а зворотного зв'язку між розглянутими явищами [8, 31, 82].

Для оцінки ступеня впливу різних факторів (X_i) на показники, що характеризують розмір фінансових результатів (V_i), нами був проведений кореляційний аналіз та розраховані значення коефіцієнтів кореляції на основі даних вибіркової сукупності підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами м. Харкова за 2002-2006 роки. Характеристика відібраної системи

показників представлена в таблиці 2.18 [136].

Таблиця 2.18

Позначення та угруповання основних параметрів для кореляційного аналізу

Позначення	Показник
1. Результативні показники	
У1	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, тис. грн., (ФР)
У2	Рентабельність товарообігу, од., (ФР:Т, де Т- товарообіг, тис. грн..)
У3	Рентабельність капіталу, од., (ФР:К, К – середньорічна вартість використовуваного капіталу, тис. грн..)
2. Факторні показники	
2.1. Кількісні, або екстенсивні	
X1	Розмір підприємства за площею, м ²
X2	Розмір підприємства за обсягом роздрібного товарообігу, тис. грн.
X3	Середньооблікова чисельність працівників, осіб.
X4	Середньорічна вартість, використовуваного капіталу, тис. грн..
X5	Середньорічна вартість необоротного капіталу, тис. грн.
X6	Середньорічна вартість оборотного капіталу, тис. грн.
X7	Середньорічна вартість необоротних активів, включаючи орендовані, тис. грн.
X8	Інші операційні доходи, тис. грн.
X9	Витрати по реалізації товарів, тис. грн..
2.2. Якісні, або інтенсивні	
X11	Товарообіг у розрахунку на 1 м ² площі підприємства, тис. грн..., (X2:X1)
X12	Виробіток, тис. грн., (X2:X3)
X13	Рівень витрат на реалізацію товарів, од., (X9:X2)
X14	Оборотність капіталу, обороти, (X2:X4)
X15	Фондовіддача (X2:X5)
X16	Оборотність оборотного капіталу, обороти, (X2:X6)
X17	Питома вага постійних витрат у загальній сумі витрат підприємства

У якості результативних показників, що характеризують фінансові результати, відібрані три. Перший показник - це загальна, підсумкова сума фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування, що є узагальнюючим показником операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. Другий та третій показники - це відносні показники - показники рентабельності відповідно товарообігу та капіталу підприємства. Обое ці показника характеризують ефективність господарювання і є найважливішими якісними параметрами підприємства.

У складі показників, визначених як фактори, виділені дві групи: кількісні або екстенсивні і якісні або інтенсивні.

До екстенсивних факторів віднесені розміри підприємства за площею, товарообігом (X1, X2), середньорічний розмір використовуваних трудових і

фінансових ресурсів (X3-X7). У цю же групу включені інші операційні доходи (X8), які грають в останні роки істотну роль у формуванні доходів торговельних підприємств. Врахована при аналізі й сумарна величина витрат по реалізації товарів (адміністративні та витрати на збут) (X9), що відображає поточні витрати підприємства на ресурси, які використовуються в процесі обігу.

У групу якісних параметрів віднесені показники, що характеризують інтенсивні фактори, пов'язані з ефективністю використання основних видів ресурсів та витрат (X11-X16), а також частка постійних витрат у загальній сумі витрат підприємства (X17).

Розрахунки проводилися за допомогою стандартного пакета прикладних програм Microsoft Excel. Результати розрахунків коефіцієнтів кореляції наведені в таблицях 2.19 та 2.20.

Кореляційний аналіз проводився за двома напрямками окремо по рокам (2002-2006 роки) на основі даної сукупності підприємств роздрібної торгівлі, а також у розрізі груп підприємств: невеликі, середні й великі в цілому за два останні роки (2005-2006 роки).

Економічна інтерпретація отриманих коефіцієнтів кореляції дозволяє відзначити наступні моменти (табл. 2.19):

1. Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування залежать помірно та помітно від всіх розглянутих кількісних факторів. При чому рівень залежності протягом розглянутого періоду наростає. Це значить, що фінансові результати перебувають у прямій залежності від розмірів підприємства за площею, обсягом товарообігу, капіталу та його елементів. Помітно впливають інші операційні доходи. Якщо дані залежності цілком відповідають теоретичним положенням, то взаємозв'язок із сумою витрат на реалізацію за напрямком залежності суперечить їм. Пояснити дане явище можна тим, що негативний вплив, який повинні робити витрати на величину фінансових результатів перекривається сукупним позитивним впливом розміру підприємства за товарообігом, площею й ін., а також незалежних від витрат інших операційних доходів.

2. Інтенсивні фактори практично не впливають на суму фінансових результатів. Помірний, наростаючий, зворотний взаємозв'язок, що цілком логічно, спостерігається тільки з рівнем витрат на реалізацію товарів та часткою постійних витрат у загальній сумі витрат. Не відповідають теоретичним положенням форма й напрямок зв'язку фінансових результатів з оборотністю капіталу, необоротних та оборотних активів. Розраховані

коефіцієнти кореляції свідчать про те, що чим більше оборотів роблять капітал та його складові, тим менше сума отриманих фінансових результатів. На наш погляд, це зв'язано, з одного боку, з високою значимістю інших операційних доходів, які не пов'язані з оборотом капіталу, з іншого боку, це відголосок недостатності забезпечення підприємства, у першу чергу, оборотними активами. При цьому, як показала попередня група коефіцієнтів, саме розмір оборотних активів найсильніше впливає на величину фінансових результатів (коефіцієнт кореляції в 2006 році - 0,824). Істотно не впливає на фінансові результати й ефективність використання трудових ресурсів.

3. Величина відносних показників фінансових результатів: рентабельності продажів та рентабельності капіталу - практично не реагує на кількісні параметри торговельних підприємств. Хоча з теоретичної точки зору, чим більше товарообіг, тим вище повинен бути рівень рентабельності. Спостерігається лише помірний зв'язок з іншими операційними доходами та середньорічною вартістю оборотних активів наприкінці періоду (2005-2006 роки).

4. Суперечать реальним внутрішнім механізмам і залежності показників рентабельності від якісних показників. Так, рівень рентабельності продажів тим вище, чим вище рівень витрат на реалізацію в 2002-2004 роках, хоча в 2005-2006 спрямованість залежності міняється на протилежну. Рентабельність капіталу та рентабельність продажів перебувають у зворотній залежності, що збільшується за роками, від оборотності капіталу та його складових. Це значить, що висока швидкість обороту в ці періоди пов'язана із втратами капіталу, в основному за рахунок оборотного, без адекватного відшкодування цих втрат фінансовими результатами.

Дослідження залежностей у розрізі груп підприємств (табл. 2.20) дозволяє відзначити певні особливості у формуванні фінансових результатів під впливом внутрішніх факторів залежно від розміру підприємств.

1. У групі невеликих підприємств найбільш істотно на розмір фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування впливає розмір капіталу та його складових, з меншою інтенсивністю впливають розмір підприємства за товарообігом й чисельністю працівників. Зв'язок з розміром торговельної площі практично відсутній. А от ефективність її використання (навантаження на 1 м²), також як і виробіток, впливають на підсумковий показник. Істотний зв'язок має місце з рівнем витрат по реалізації товарів і часткою постійних витрат. Показники оборотності капіталу та його складових впливають на сумарний фінансовий результат з

більшою тісністю зв'язку й у тому же напрямку, що й у цілому за сукупністю. Дане явище в цій групі підприємств обумовлено ситуаціями, при яких збиткові та низькорентабельні підприємства слабо забезпечені капіталом, особливо оборотним. Звертає на себе увагу відсутність зв'язку між іншими доходами та сумою фінансових результатів, які, як показав попередній аналіз, були в групі невеликих підприємств основним джерелом доходу. Але справа в тому, що інші доходи розподілені по підприємствах таким чином, що вони тим більше, чим вище збитковість основної діяльності й тим нижче підсумковий фінансовий результат.

На рентабельність товарообігу помітно позитивно впливає розмір капіталу та його складових, а от швидкість їх обороту впливає негативно. Помірно впливають чисельність працівників та рівень витрат на реалізацію. Рентабельність капіталу перебуває в помірному зв'язку з розмірами підприємства за торговельною площею, обсягом роздрібного товарообігу, чисельністю працівників, обсягом капіталу й, у першу чергу, оборотного. Досить висока та висока зворотна залежність даного показника спостерігається від оборотності капіталу, у тому числі оборотного та необоротного. Помірно впливає рівень витрат.

2. Якщо розглянути значення коефіцієнтів кореляції в групі середніх підприємств, то тут відсутні чіткі зв'язки та залежності. Загальна сума підсумкового фінансового результату помітно залежить тільки від інших доходів. Помірно впливають тільки чотири параметри: розмір підприємства за торговельною площею; середньорічною вартістю оборотного капіталу; оборотністю усього капіталу й у тому числі оборотного. При цьому два останніх показники впливають негативно як і в цілому за сукупністю. Цікаву роль грають у цій групі інші доходи. Вони помітно впливають на загальну суму фінансових результатів, а також і на показники рентабельності (високий вплив на рентабельність продажів, помірний - на рентабельність капіталу). Дане явище, на нашу думку, не відображає реальних зв'язків внаслідок того, що розподіл значень інших доходів за підприємствами усередині групи досить випадковий, більше того, у більшості підприємств вони просто відсутні.

Помірний негативний зв'язок спостерігається між рентабельністю товарообігу та показниками оборотності капіталу в цілому й оборотному капіталу. Рентабельність капіталу в більшій мірі залежить від двох останніх показників, але на нього ще позитивно впливає виробіток.

3. Для підприємств, що включені у групу великих, характерні більш

істотні зв'язки з розглянутою системою факторів. Так, на абсолютну суму фінансових результатів сильно впливають: розмір підприємства за чисельністю працівників, товарообігом й торговельною площею; середньорічним розміром оборотного капіталу. Істотно впливають величина капіталу, у тому числі необоротного, а також витрат на реалізацію товарів. Помірний зв'язок має місце з іншими доходами. Серед якісних показників найбільш сильний негативний вплив надають рівень та склад витрат на реалізацію. Позитивно й помірно впливає ефективність використання торговельних площ та трудових ресурсів. Що стосується оборотності капіталу та його складових, то в даній групі підприємств спостерігається та ж картина, що й у цілому за сукупністю. Але тут ситуація інша в порівнянні із групою невеликих підприємств. Більші суми фінансових результатів одержують підприємства з більшим обсягом товарообігу та високим розміром капіталу, особливо оборотного.

Рентабельність продажів у даній групі визначається тими ж показниками й у тому же напрямку, але трохи з меншою силою, чим підсумкова сума фінансових результатів. Рентабельність капіталу має значно меншу тісноту зв'язку з розглянутими параметрами. Але вона помітно залежить від розміру підприємства за торговельною площею, але при цьому, чим більше розмір необоротних активів, включаючи орендовані, тим нижче рентабельність. До того ж у цьому випадку росту рентабельності сприяє значною мірою ріст фондівіддачі й у меншій мірі прискорення оборотності капіталу в цілому.

Таким чином, проведений кореляційний аналіз показав, що фінансові результати підприємств роздрібної торгівлі в сучасних умовах формуються значною мірою під впливом випадкових факторів, які не завжди залежать від загальної ефективності господарської діяльності підприємств. Усе ще більшу роль грають інші операційні доходи, які не пов'язані з основною діяльністю. Серед досліджених факторів внутрішнього середовища тільки екстенсивні впливають на фінансові результати. Це є свідомством того, що процес формування фінансових результатів протікає сьогодні спонтанно, без врахування реальних внутрішніх механізмів та без особливого втручання з боку керівництва підприємств роздрібної торгівлі.

У системі факторів, що беруть участь у формуванні фінансових результатів є особливий специфічний фактор - це *облікова політика*, що є важливим інструментом у руках керівництва підприємства [88]. Нові підходи до організації бухгалтерського обліку, передбачені національними стандартами, надають можливість суб'єктам господарювання самостійно

розробляти облікову політику, що визначає «...сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та надання фінансової звітності»[90, с.3]. У державному масштабі встановлюються загальні правила бухгалтерського обліку, а конкретизація застосовуваних методів і процедур, розробляється підприємством самостійно, виходячи з умов діяльності. Можливість вибору конкретних способів оцінки, калькуляції, складу й порядку ведення рахунків і ін., особливості їх використання - все це визначає ступінь незалежності підприємства по питанню формування облікової політики [89].

Організація бухгалтерського обліку, як досить значимого критерію благополуччя (неблагополуччя) підприємства, дозволяє тією чи іншою мірою варіювати фінансовими результатами в рамках облікової політики. Слід зазначити, що «...фінансова звітність відображає фактичний стан активів, зобов'язань та власного капіталу, а також досягнутий рівень доходів та витрат підприємства на певну дату»[91,с.15], але при цьому керівництво підприємств всіх форм власності має певну незалежність у виборі таких прийомів обліку, які дозволяють:

- найбільше доцільно обчислювати фінансові результати та на законних підставах знижувати податки в бюджет;
- залучати в оборот за рахунок внутрішніх джерел додаткові кошти;
- охарактеризувати з найкращої сторони динаміку та стан результативності діяльності підприємства, з метою надання інформації широкому колу осіб, що мають до нього відношення [92].

У зв'язку із цим, у розрізі формування облікової політики доцільно більш докладно розглянути постановку питань за наступними напрямками:

1. Реальна оцінка та облік активів підприємства в умовах інфляції.
2. Побудова стрункої системи показників, що відображають стратегічно важливу інформацію для обґрунтування управлінських рішень.
3. Можливості прийняття альтернативних варіантів формування облікових процедур, виходячи зі специфіки діяльності та фінансового становища підприємства, відповідно до нових підходів до організації бухгалтерського обліку.

В умовах інфляції аналіз звітності деякою мірою дає перекручені оцінки й величина показників фінансових результатів може бути не цілком обґрунтована. Перекручування відбувається за наступними причинами. Внаслідок того, що балансу властивий принцип використання цін придбання, тобто відбиття історичної вартості, спотворюється реальна оцінка

господарських засобів. Отже, нарахування зношування основних засобів, виходячи із заниженої первісної вартості при розрахунку амортизаційних відрахувань, приводить до утворення інфляційного понад доходу, і, отже, росту обов'язкових відрахувань у вигляді податку на прибуток, що перераховуються в бюджет. У результаті частина оборотних коштів економічно необґрунтовано вилучається у вигляді податку, а економічний потенціал підприємства знижується [92]. Для усунення цієї проблеми періодично проводиться переоцінка необоротних активів. «Переоцінена первісна вартість та сума зношування об'єкта основних коштів визначаються множенням відповідно первісної вартості та суми зношування об'єкта основних коштів на індекс переоцінки. Індекс переоцінки визначається розподілом справедливої вартості переоцінюваного об'єкту на його залишкову вартість» [90,с.57]. Результат переоцінки у випадку збільшення вартості активів приводить до підвищення власного капіталу компанії. Следствием є позитивна тенденція зміни переважної групи показників, що дозволяють дати оцінку ефективності використання необоротних активів, власного капіталу й ін., які формуються з таких компонентів як величина прибутку та величина активу або капіталу. Але, беручи до уваги різне фінансове становище й функціонування підприємств у різних сферах діяльності, результати переоцінки для підприємств із неповним використанням виробничих потужностей можуть негативно відбитися на фінансових результатах. Внаслідок цього, при переоцінці необоротних активів, доцільно допустити можливість застосування підприємству зниженого індексу переоцінки, виходячи з даних про його фінансове становище.

Положенням про бухгалтерський облік для різних об'єктів основних засобів визначено, що «... метод амортизації вибирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу одержання економічних вигід від його використання» [90,с.59]. Існує два підходи до нарахування амортизації - прямолінійний та прискорений. Прискорена амортизація по суті є податковою пільгою й схованою формою субсидування підприємств формально припустимої з дозволу відповідних законодавчих органів. За рахунок використання прискореної амортизації спрацьовує ефект податкової економії в перші роки експлуатації активу, що по суті є джерелом додаткового фінансування за рахунок власних коштів. Однак на ділі вона не одержала широкого поширення через різні процедурні перепони. На наш погляд, актуальним є питання про спрощення надання підприємствам права

списувати вартість основних фондів протягом більше короткого строку, чим установлена тривалість життя активів.

В умовах інфляції на перший план виходить також проблема обліку, оцінки та відбиття товарно-матеріальних запасів у звітності, як одному з найбільш значних статей оборотних коштів і одного із джерел виручки. Відповідно до П(С)БО 9 «Запаси», «... оцінка здійснюється по одному з методів:

- ідентифікованій собівартості відповідної одиниці запасів;
- середньозваженій собівартості;
- ФІФО;
- ЛІФО;
- нормативних витрат;
- ціни продажу» [90,с.70].

У підприємствах торгівлі розмір товарних запасів впливає на фінансові результати, будучи основним поточним активом і, отже, у значній мірі впливає на розмір власного капіталу. Дуже важливо із самого початку зробити правильний вибір, тому що всі методи обліку відкривають простір для маніпулювання обліковими даними і як слідство, фінансовими результатами [89]. Вибір того або іншого методу може істотно відбитися на величині різних показників та побудованих на їх основі аналітичних коефіцієнтів.

Для наочності впливу облікової політики розглянемо два варіанти обчислення фінансових результатів (табл. 2.21).

Додаткова інформація: відбудовна вартість основних засобів склала 180 тис. грн.; запаси на початок періоду становили 1000 од. за ціною 216 грн. за одиницю; надійшло за період 1100 од. за ціною 230 грн. за одиницю; запаси на кінець періоду склали 1090 од.; інші операційні видатки – 25 тис. грн.; сума коштів збільшилася на 4 тис. грн.; норма амортизації – 10%. 1-й - варіант припускає, що зношування нараховується за первісною вартістю; запаси оцінюються за методом ФІФО. При 2-му варіанті зношування нараховується виходячи з відбудовної вартості; запаси оцінюються за методом ЛІФО.

Порівняння наслідків застосування різних підходів підтверджує зроблені висновки про сильний вплив облікової політики на показники господарської діяльності.

Таблиця 2.21

Оцінка впливу облікової політики на фінансові результати підприємства
(тис. грн.)

Показники	Вихідний стан	1- й варіант розрахунку	2-й варіант розрахунку
Дані балансу			
Актив			
Необоротні активи			
- основні засоби	160	144,0	162,0
Оборотні активи			
- запаси	216	250,7	236,7
- кошти та їх еквіваленти	24	28,0	28,0
Пасив			
Власний капітал	210	210,0	230,0
Нерозподілений прибуток		75,5	63,5
Поточні зобов'язання			
- кредиторська заборгованість	190	137,2	133,2
Баланс	400	422,7	426,7
Дані звіту про фінансові результати			
Дохід (виручка) від реалізації	-	360	360
- собівартість реалізованих товарів			
- зношування	-	218,3	232,3
- інші витрати	-	16,0	18,0
	-	25,0	25,0
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	-	100,7	84,7
Податок на прибуток	-	25,2	21,2
Чистий прибуток	-	75,5	63,5
Показники ефективності за чистим прибутком			
Рентабельність продажів, %	-	20,9	17,6
Рентабельність капіталу, %	-	17,9	14,9
Рентабельність власного капіталу, %	-	26,4	21,6

Слід також зазначити, що відбиття вихідних даних у фінансовій звітності, на жаль, не надає повної інформації для розрахунку деяких аналітичних показників, тобто відсутня досить струнка система показників, що відображає стратегічно важливу для підприємства інформацію з декількох аналітичних напрямків. Так, традиційний формат «Звіту про фінансові результати» не дає чіткого представлення про величину постійних та змінних витрат. Наявність такої інформації дозволяє значно полегшити роботу із проведення аналізу беззбитковості, у рамках якого простежується зв'язок змін фінансових результатів зі змінами обсягу реалізації товарів та послуг.

У висновку можна додати, що «... фінансовий результат створюють не тільки підприємці, але й бухгалтери, тому що не стільки важливо, що розраховувати, скільки те, як розраховувати» [92, с.76]. Грамотне обліково-аналітичне забезпечення вибору облікової політики покликано зробити підприємство менш уразливим, дозволяючи зменшити конкурентний ризик за допомогою ведення бухгалтерського обліку з орієнтиром на досягнення поставлених цілей.

Проведений аналіз динаміки, складу та ефективності формування фінансових результатів на прикладі вибіркової сукупності підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами дозволив виявити наступні тенденції:

1. При загальній позитивній динаміці підсумкового показника - фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування в цілому за сукупністю й у всіх групах підприємств, дана тенденція формується під впливом різних параметрів:

- у групі невеликих підприємств при зниженні фінансових результатів (і навіть збитковості майже половини підприємств) основної діяльності позитивні підсумкові показники сформовані за рахунок росту фінансових результатів від іншої операційної діяльності;

- у групі середніх підприємств позитивні підсумкові результати сформовані за рахунок зниження збитковості іншої операційної діяльності й менш значного зниження фінансових результатів від реалізації;

- у групі великих підприємств, які займали саму активну позицію на споживчому ринку, росли фінансові результати як від реалізації, так і від іншої операційної діяльності.

Інша звичайна діяльність принесла збитки всім групам підприємств, величина яких знижувалася тільки в групі великих підприємств. Неefективність іншої звичайної діяльності обумовлена нерозвиненістю фінансово-інвестиційних процесів у розглянутій сукупності підприємств роздрібної торгівлі.

До кінця досліджуваного періоду число збиткових підприємств у цілому за сукупністю знизилося з 19 в 2002 році до 5 в 2006 році.

2. Співвідношення в динаміці різних показників доходів, витрат та фінансових результатів не відповідає основним теоретичним положенням про їх взаємозв'язок. Так, динаміка фінансових результатів від реалізації не відповідає динаміці валового та чистого доходів внаслідок того, що не проявляється залежність величини умовно-постійних та умовно-змінних

витрат від змін обсягів продажів. Протягом розглянутого періоду рівень собівартості та адміністративних витрат у чистому доході збільшувався незалежно від росту останнього.

3. Однією із причин зниження частки фінансових результатів від реалізації в загальному підсумку є підвищення рівня конкурентної боротьби та орієнтація цінової політики підприємств роздрібної торгівлі на зниження рівня торговельних надбавок.

4. Найбільш високі значення показників, що характеризують рівень ефективності процесу формування фінансових результатів, мають підприємства, що входять у групу великих. Крім того, у даній групі спостерігається найменший рівень коливань більшості аналізованих показників, що свідчить про більшу стабільність та меншу залежність великих підприємств від впливу зовнішніх, об'єктивних факторів, а також про присутність у них певного рівня менеджменту. Невеликі підприємства, незважаючи на високу мобільність, більш піддані впливу зовнішнього середовища, що підтверджується значним розмахом значень показників в окремих підприємствах. Для цієї групи характерні високі значення показників рентабельності інвестованого капіталу та економічного росту, що зв'язано не стільки з високими значеннями фінансових результатів, скільки із джерелами формування майна (висока частка оренди) і невеликими розмірами власного капіталу. Найнижчі значення показників ефективності відображають результати господарської діяльності підприємств, що входять у другу групу.

5. Вивчення структурних зрушень та еластичності різних показників фінансових результатів у процесі їх формування в середньому за групами і в цілому за сукупністю підприємств підтвердило відсутність чітких взаємозв'язків між показниками, а також дозволило виявити, що найменш ефективними є етапи формування результатів від реалізації (при ефективності, що знижується в часі, в невеликих і середніх підприємствах) та формування фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування (при зростаючій ефективності протягом розглянутого періоду у всіх групах підприємств).

6. Величина та склад фінансових результатів визначаються значним числом найрізноманітніших факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства. Запропонований методичний підхід дозволяє моделювати та кількісно оцінювати рівень впливу факторів макро- та безпосереднього оточення підприємств роздрібної торгівлі на величину

фінансових результатів і знизити рівень невизначеності в процесі прийняття господарських рішень.

7. Проведений кореляційний аналіз дозволив оцінити ступінь впливу системи факторних показників, що характеризують внутрішнє середовище підприємств торгівлі, на величину підсумкового фінансового результату та показники рентабельності. Він показав, що вона істотно відрізняється за силою та напрямками зв'язку в розрізі груп підприємств і далеко не завжди відповідає теоретичним положенням. Не завжди високі показники ефективності використання ресурсів приводять до високих значень фінансових результатів. Важливим фактором впливу на фінансові результати є облікова політика, що, безумовно, необхідно грамотно використовувати в процесі управління.

РОЗДІЛ 3

МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

3.1. Використання маржинального аналізу при формуванні фінансових результатів від основної діяльності

Як показав аналіз, проведений у розділі 2, незважаючи на позитивну динаміку фінансових результатів, для значної частини підприємств роздрібною торгівлі характерним є низький рівень ефективності їх формування. Це обумовлено значною мірою невідповідністю господарського механізму підприємств умовам ринкової економіки. Причини при цьому лежать у різних площинах. Для одних підприємств - це несучасний рівень торгово-технологічних процесів; відсутність зв'язку між розмірами та складом матеріально-технічної бази й обсягами та структурою попиту; асортименти та якість товарів, що недостатньо відповідають запитам покупців. Для інших - це невідповідність між витратами та роздрібними цінами; між витратами та обсягами реалізації товарів й ін. При цьому практично всі вітчизняні підприємства торгівлі страждають від низької якості функціонування підсистем управління, які істотно відстають в організації та технології управління від передових закордонних фірм, що усе більше проникають на споживчий ринок України. У зв'язку із цим виникає необхідність в удосконаленні та адаптації сучасних методів і моделей економічного управління для сучасних умов розвитку роздрібною торгівлі.

Виходячи з теорії економічного управління підприємством [21, 94, 137-140], *управління фінансовими результатами повинно опиратися на наступні структурні компоненти:*

- загальні закони (закономірності) економічного функціонування підприємства;
- причинно-наслідкові зв'язки між елементами господарського механізму підприємства;
- методи та моделі для визначення раціональних значень найбільш важливих параметрів економічної поведінки підприємства;
- технології та принципи застосування теоретичних основ економічного управління в господарській практиці підприємства;

- розробку прикладного інструментарію для осіб, що приймають рішення та впливають на формування фінансових результатів підприємства.

В основі управління господарсько-фінансовою діяльністю підприємств торгівлі повинні лежати взаємозв'язки основних елементів їх господарського механізму, що об'єктивно складаються. Важливу роль у цьому плані грають функціональні залежності між обсягом товарообігу, цінами, витратами та фінансовими результатами від реалізації (операційним прибутком) [43, 44, 141, 142], які, як показують дослідження, займають провідне місце у формуванні доходів торговельних підприємств. Використання даної залежності дозволяє впливати на фінансовий результат від реалізації шляхом впливу на такі параметри торговельних підприємств, як: обсяг товарообігу та його товарно-групова й асортиментна структура; ціни реалізації товарів; умови та ціни закупівель товарів; величина й співвідношення постійних та змінних витрат. При цьому витрати визначаються розміром, складом та ефективністю використання різних видів матеріальних, фінансових і трудових ресурсів, а також цінами, що складаються на ринках факторів виробництва.

Основою вивчення вищезгаданих залежностей є *маржинальний або операційний аналіз, що ще називають аналізом беззбитковості або сприяння доходу* [2, 8, 33, 53, 82, 141-143]. В основу управлінських розрахунків покладений розподіл витрат на постійні та змінні й використання категорії маржинального доходу, що характеризує результат від реалізації товарів після відшкодування змінних витрат. Ключовими елементами даного аналізу є граничні показники діяльності підприємства: критичний обсяг продажів (виробництва); поріг рентабельності; зона та рівень безпеки. Його можливості досить широкі та дозволяють визначити поточні й прогнозні значення:

- обсягу реалізації товарів, що забезпечує беззбиткову операційну діяльність у короткостроковому та довгостроковому періодах;
- необхідного обсягу продажів, що забезпечує досягнення запланованого (необхідного) розміру фінансових результатів від реалізації, маржинального доходу та чистого прибутку;
- розміру маржинального доходу, фінансових результатів від реалізації та чистого прибутку при заданому обсязі продажів;
- «зони безпеки» або «запасу міцності» підприємства, тобто можливого зниження обсягу продажів при несприятливій кон'юктурі ринку, при якому основна діяльність залишається беззбитковою;

- можливого росту фінансових результатів від реалізації при оптимізації співвідношення постійних та змінних витрат;

- рівня ризику операційної діяльності шляхом розрахунку операційного левериджу (важеля) та ін. [2, 21, 33, 79, 140, 144-149].

Зупинимося на характеристиці основних показників маржинального аналізу по вибірковій сукупності підприємств роздрібною торгівлі продовольчими товарами за 2005-2006 роки (табл. 3.1, додаток Т, табл. Т1-Т4).

Перший показник - це *величина маржинального доходу* (МД), що характеризує результат від реалізації товарів після відшкодування змінних витрат. Співвіднесення його величини з величиною постійних витрат (Впост.) дає можливість на першому етапі оцінити можливості подальшого формування фінансових результатів та прибутку. Якщо $МД = 0$, то підприємство працює зі збитками в розмірі постійних витрат; якщо $0 < МД < Впост.$, то виручка від реалізації перекриває лише частину постійних витрат. При $МД = Впост.$ виручки вистачає, щоб перекрити всі витрати (постійні та змінні). І тільки, коли $МД > Впост.$ підприємство формує прибуток.

В аналізованій сукупності підприємств роздрібною торгівлі при порівнянні величини постійних витрат та величини маржинального доходу ми бачимо, що в групі невеликих підприємств переважає друга ситуація, при якій величина маржинального доходу лише частково перекриває постійні витрати. Це спостерігається у 10-ти підприємств в 2005 році, в 2006 році їх число знижується до 8-ми. Середні показники по групі мають ті ж співвідношення. У групі середніх підприємств в 2005 році ситуація аналогічна положенню в попередній групі, але при поліпшенні її в 2006\$ році, коли розмір маржинального доходу став у середньому по групі перевищувати величину постійних витрат, що і стало причиною формування фінансових результатів від реалізації. Підприємства, що входять до групи великих, у середньому мають саме сприятливе співвідношення: розмір маржинального доходу вище величини постійних витрат, хоча позитивна різниця зменшується в 2006 році. Із загального числа середніх підприємств у 6-ти підприємств, а із загального числа великих підприємств у 3-х протягом 2005 і 2006 років маржинальний дохід не перекривав постійні витрати.

Наступний важливий показник маржинального аналізу *коефіцієнт або рівень маржинального доходу*, що розраховується у відсотках до ціни товару (у нашій випадку до розміру чистої виручки). По суті справи, вона показує ту долю абсолютної величини ціни, що сприяє збільшенню позитивних

фінансових результатів від реалізації та скороченню негативних [79]. Його значимість велика при прийнятті цінових рішень за різними групами товарів. У нашому випадку ми досліджуємо середні показники по підприємствам та групам підприємств, що дозволяє оцінити їх позиції щодо цінових рішень у конкурентних групах. Чим вище рівень (коефіцієнт) маржинального доходу, тим легше підприємство може перейти до зниження цін заради збільшення обсягу продажів. Дані за групами підприємств (табл. 3.1) та по окремим підприємствам (додаток Т, табл. Т3), дозволяють відзначити, що найбільші значення рівень маржинального доходу має в групі невеликих підприємств, де він коливається у 2005 році від 0,1208 до 0,2510 і від 0,0593 до 0,2440 в 2006 році. Але при цьому слід зазначити, що не завжди його високий рівень є запорукою ефективної роботи (підприємства № 4, 9, 10).

Більш гнучкої цінової політики дотримуються великі підприємства, де основою більшої успішності є ріст обсягів продажів, що перекриває більш низькі рівні маржинального доходу. У групі середніх підприємств присутні як підприємства, схильні до одержання доходів за рахунок більш високих цін (№ 16, 20, 27), так і підприємства, що жертвують рівнем цін для підвищення обсягів продажів (№ 17, 23, 26).

Наступні два показники характеризують таке поняття операційного аналізу як *операційний леверидж (важель)*, що характеризує силу впливу змін маржинального доходу на фінансові результати від реалізації (що включає податки та відсотки за використання кредитних ресурсів). В операційному та фінансовому менеджменті розглядають *два підходи до оцінки операційного левериджу* [144-146, 148-152]:

1) сила впливу, що визначається як співвідношення маржинального доходу та фінансового результату від реалізації (операційного прибутку). Даний показник визначає, у скільки разів маржинальний дохід перевищує відповідний фінансовий результат;

2) ефект операційного левериджу, що відбиває відношення процентної зміни прибутку до виплати податків та відсотків до процентної зміни обсягу продажів. Він характеризує залежність інтенсивності зміни результативного показника від змін розміру виручки.

При цьому, чим вище значення обох показників, тим більше ризик, пов'язаний з даним підприємством. Це відзначають провідні спеціалісти США в області фінансового менеджменту Ф. Брігхем, Л. Гапенські [148-149] та інші [153]. Вони підкреслюють, що в умовах нестійкого попиту та рівня цін на реалізовані товари, а також, цін закупівлі, що змінюються, і які

впливають на собівартість, має місце високий рівень постійних витрат, що визначає силу дії операційного важеля, збільшує підприємницький ризик.

В аналізованій сукупності підприємств найвищий рівень ризику властивий групі невеликих підприємств, що цілком логічно. Перший показник у цій групі коливається від - 27,47 до 23,89 в 2006 році, другий від - 0,4149 до 0,9828. Негативні значення операційного левериджу свідчать про вповільнення швидкості зміни результативного показника, тобто про зниження витрат з ростом обсягу продажів. В особливо скрутному стані перебувають ті підприємства, у яких в умовах спаду обороту збитки перевищують маржинальний дохід, тобто показник операційного левериджу за модулем менше одиниці. А підприємства, що мають збитки нижче маржинального доходу, швидше вийдуть із кризового стану, оскільки ріст обсягу продажів викличе більш інтенсивне зниження збитків, чим у попередньому варіанті. Найменший рівень ризику по першому показнику властивий групі великих підприємств, у якій маржинальний дохід перевищує фінансові результати від реалізації в 6,8 рази в 2005 році та в 7,1 рази в 2006 році. Що стосується ефекту операційного левериджу, то його значення у всіх групах підприємств не перевищують 1,0. А це значить, що навіть у групі великих підприємств, де він максимальний, приріст чистої виручки на 1,0 викликає в середньому ріст результативного показника всього на 0,67%, тобто залежність не настільки істотна й рівень ризику не високий.

Як вже було відзначено, саме *доля постійних витрат є основним чинником ризику, що підсилює або знижує ефект операційного левериджу*. Вивчаючи взаємозв'язки внутрішньо властиві господарському механізму підприємства, у процесі маржинального аналізу варто звернути увагу й на такі показники як співвідношення постійних витрат та чистого доходу із сукупним розміром змінних витрат. Останнє відношення в середньому зіставляє ціни продажів зі змінними витратами. Використання даних показників у процесі прийняття господарських рішень дозволяє враховувати вплив на фінансові результати не тільки цінової, асортиментної та закупівельної політик, але політики в області формування складу активів та їх джерел, ефективності торговельних технологій, що використовуються й ін.

Найвищі значення співвідношення постійних та змінних витрат, а також чистого доходу та суми змінних витрат спостерігаються в групі невеликих підприємств, у яких середня доля необоротних активів у складі активів, включаючи орендовані, наближається до 60%, але при цьому має місце найвища доля орендованих основних засобів до 37,0%. У групі середніх та

великих підприємств співвідношення постійних та змінних витрат відповідно становлять 0,165 і 0,140 у розглянутому періоді. Нижче, ніж у невеликих підприємствах і значення показників співвідношення чистого доходу та суми змінних витрат. І це незважаючи на більше високу органічну побудову капіталу. У середніх підприємствах доля необоротних активів у капіталі підприємства становить близько 61,0%, а у великих ще вище - більше 72,0%. Але середні й великі підприємства в меншій мірі використовують більше дорогу поточну оренду для формування основних фондів. Доля оренди в них становить приблизно 27,0-28,0% від загальної вартості використовуваних основних засобів.

Співвідношення постійних та змінних витрат за інших рівних умов впливає на такий важливий параметр діяльності підприємства як критичний обсяг продажів або крапка беззбитковості. *Критичний обсяг продажів* - це мінімально необхідна підприємству виручка від продажів, що дозволяє в несприятливих умовах попиту на товари та послуги забезпечити беззбитковість продажів [146]. Для підприємств важливо, у якій зоні перебуває їх фактичний обсяг продажів: вище або нижче крапки беззбитковості. Різниця між фактичним та критичним розмірами обсягу продажів визначає *зону безпеки торговельного підприємства*, а її відношення до фактичного обсягу характеризує рівень безпеки. *Рівень безпеки* відбиває, на яку долю (або на скільки відсотків) підприємство може витримати зниження виручки без серйозної погрози для свого фінансового становища, тобто зберегти свою платоспроможність.

У вибірковій сукупності підприємств роздрібною торгівлі група невеликих підприємств природно має негативні середні значення рівня безпеки, у силу недосягнення крапки беззбитковості. В 2005 році таких підприємств у групі було 10, а в 2006 році 8. Середні показники в другій групі свідчать про наявність запасу міцності в розмірі 1,0-0- 1,1%. У середині групи 6 підприємств із 14 не досягли крапки безпеки. Великі підприємства мають найвищий рівень безпеки, але й у їх групі в 3-х підприємств із 8 фактичний обсяг продажів нижче крапки беззбитковості.

Таким чином, маржинальний аналіз свідчить, що фінансові результати від реалізації в підприємствах роздрібною торгівлі залежать від динаміки обсягу продажів і дана залежність тим інтенсивніше, чим вище доля постійних витрат у загальній сумі витрат і чим ближче фактичний оборот до крапки беззбитковості. Для забезпечення безпеки та беззбитковості

підприємства з невеликою часткою постійних витрат можуть мати менші обороти, чим підприємства з більш високою їх часткою.

Для більш чіткої кількісної оцінки тісноти зв'язку величини фінансових результатів від реалізації з основними показниками маржинального аналізу був проведений кореляційний аналіз. Значення коефіцієнтів кореляції наведені у таблиці 3.2. Вони підтверджують наявність помітного зворотного зв'язка між фінансовими результатами від реалізації та складом витрат. При цьому чим більше доля постійних витрат, тим нижче розмір фінансових результатів. Помірно залежать фінансові результати від співвідношення чистого доходу та змінних витрат.

Аналіз коефіцієнтів кореляції за групами підприємств (табл. 3.3) підтверджує помітну в невеликих й навіть високу в середніх та великих підприємствах залежність фінансових результатів від реалізації від співвідношення постійних та змінних витрат. Помітний вплив співвідношення чистого доходу й змінних витрат обумовлено наявністю значної автокореляції даного показника зі структурою витрат.

Маржинальний аналіз здійснюють поза рамками «Звіту про фінансові результати». Для його повного та всебічного проведення необхідна велика й різноманітна як зовнішня, так і внутрішня інформація, але використання окремих його елементів дозволяє моделювати процес формування фінансових результатів.

У зв'язку цим, пропонується методика, що дозволяє оцінити ступінь впливу на поточний або майбутній приріст фінансових результатів від основної діяльності таких факторів як зміна роздрібних та закупівельних цін на товари, цін та тарифів на послуги й ресурси, що використовуються, а також змін фізичного обсягу продажів.

При розробці даної методики були враховані пропозиції Крейніної М.Н. про використання операційного левериджу в процесі плануванні прибутку від продажів [152], які були адаптовані для підприємств торгівлі та доповнені факторами, що відбивають зміни розміру витрат підприємства як під впливом зміни фізичного обсягу продажів, так і під впливом зміни цін та тарифів на використовувані ресурси.

Як ми вже відзначали в розділі 1 роботи, фінансові результати від основної діяльності як проміжний показник у загальній системі показників фінансових результатів торговельного підприємства, які починаються з показника чистої виручки й закінчуються чистим прибутком, не можна

назвати прибутком у силу того, що в них присутні елементи витрат, які підлягають подальшому розподілу.

Таблиця 3.2

**Значення коефіцієнтів кореляції, що характеризують тісноту зв'язку
основних показників маржинального аналізу для сукупності
підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами
в 2005-2006 роках**

Показ- ники	2005				$\frac{\Delta МД}{\Delta ЧВ}$	2006				
	ΦPp	$\frac{МД}{\Phi Pp}$	$\frac{Впост.}{Взм.}$	$\frac{ЧВ}{Взм.}$		ΦPp	$\frac{МД}{\Phi Pp}$	$\frac{Впост.}{Взм.}$	$\frac{ЧВ}{Взм.}$	
2005	ΦPp	1	x	x	x	x	x	x	x	
	$\frac{МД}{\Phi Pp}$	-0,04	1	x	x	x	x	x	x	
	$\frac{Впост.}{Взм.}$	-0,60	-0,00	1	x	x	x	x	x	
	$\frac{ЧВ}{Взм.}$	-0,33	0,087	0,561	1	x	x	x	x	
$\frac{\Delta МД}{\Delta ЧВ}$	0,033	-0,03	-0,067	-0,099	1	0,051	-0,13	-0,044	-0,09	
2006	ΦPp	x	x	X	x	x	1	-0,06	-0,598	-0,31
	$\frac{МД}{\Phi Pp}$	x	x	x	x	x	x	1	-0,158	0,053
	$\frac{Впост.}{Взм.}$	x	x	X	x	x	x	x	1	0,514
	$\frac{ЧВ}{Взм.}$	x	x	X	x	x	x	x	x	1

Таблиця 3.3

**Матриця коефіцієнтів кореляції залежності фінансових результатів від
основних показників маржинального аналізу за групами підприємств
роздрібної торгівлі продовольчими товарами в 2005-2006 роках**

Показники	НП		СП		ВП	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
$\frac{МД}{\Phi Pp}$	-0,0594	0,4554	0,0723	-0,0413	0,3964	-0,5483
$\frac{Впост.}{Взм.}$	-0,5204	-0,5037	-0,7281	-0,7101	-0,8251	-0,8360
$\frac{ЧВ}{Взм.}$	0,2647	0,3524	-0,6326	-0,5640	-0,6978	-0,7229
$\frac{\Delta МД}{\Delta ЧВ}$	0,1514	0,0978	0,1560	0,1923	0,0171	0,1797

Для розгляду методики та її можливостей введемо ряд позначень:

Т - товарообіг;

Пн - непрямі податки в роздрібній ціні

ЧВ - чиста виручка: $ЧВ = Т - Пн$;

СС - собівартість реалізованих товарів;

ВД - валовий (маржинальний) дохід;

Ва - адміністративні витрати;

Вз - витрати на збут;

Впост - постійні витрати;

ФРр - фінансовий результат від реалізації.

У підприємствах торгівлі фінансові результати від реалізації можна представити:

$$\text{ФРр} = \text{ВД} - (\text{Ва} + \text{Вз}) = \text{ЧВ} - (\text{СС} + \text{Ва} + \text{Вз}) \quad (3.1).$$

Розглядаючи дані співвідношення та зміст окремих показників відповідно до вимог до заповнення форми фінансової звітності № 2 «Звіт про фінансові результати», ми прийшли до висновку, що собівартість реалізованих товарів включає всі змінні витрати (прямі й накладні), пов'язані із придбанням та утриманням товарів. Адміністративні витрати, витрати на збут, які не входять до складу собівартості, можна вважати умовно-постійними. У цьому випадку умовність визначається, наприклад, формою оплати праці. Так, при відрядній формі оплати праці продавців, торговельних агентів дані витрати будуть залежати від обсягу продажів. Умовність пов'язана ще й з тим, що адміністративні витрати співвідносяться з усією діяльністю підприємства, а не тільки з реалізацією товарів. Однак перевага в торговельних підприємствах діяльності по реалізації товарів дозволяє зневажити даним фактом.

Таким чином, основна частина змінних витрат, які можуть бути віднесені на вартість реалізованих товарів включена в собівартість. У зв'язку із цим до умовно змінного витратам у нашій методиці ми віднесли собівартість реалізованих товарів, а до умовно-постійних витрат відповідно адміністративні та витрати на збут:

$$\text{Впост} = \text{Ва} + \text{Вз}.$$

На зміст методики ці допущення не впливають. Точність розрахунків у процесі досліджень можна підвищити за рахунок більш чіткого розподілу витрат на змінні та постійні. Однак, як показують обчислення, істотних змін в отриманні результати ці уточнення не вносять.

Що стосується валового доходу, представленого в «Звіті про фінансові результати» як валовий прибуток, то ми згодні з думкою тих авторів, які даний показник вважають маржинальним доходом [76, 140, 141, 143, 152].

Виходячи зі співвідношення, що визначає рівень операційного леввериджу (Лоп) як:

$$\text{Лоп} = \Delta\text{ФР} / \Delta\text{ЧВ} \quad (3.2)$$

Крейніна М.Н. розділяє його на дві складові ціновий операційний леввериджі (Лоп_ц) та натуральний операційний левверидж (Лоп_н), які визначаються на основі даних базисного періоду (б) за наступними формулами [152]:

$$\text{Лоп}_{\text{ц}} = \text{ЧВб} : \text{ФРрб} \quad (3.3)$$

$$\text{Лоп}_{\text{н}} = (\text{ЧВб} - \text{ССб}) / \text{ФРрб} = \text{ВДб} / \text{ФРрб} \quad (3.4)$$

Дані співвідношення дозволяють у процесі досліджень (аналізу, планування) окремо врахувати ступінь впливу на динаміку фінансових результатів змін цін на реалізовані товари (3.3) та змін фізичного обсягу продажів (3.4) за інших рівних умов [154, 155].

Для одночасної оцінки обох факторів Крейніною М.Н. запропонована наступна модель:

$$\Delta\text{ФРр} / \text{ФРрб} = \text{Лоп}_{\text{ц}} \Delta\text{Іц} (1 + \Delta\text{Ін}) + \text{Лоп}_{\text{н}} \Delta\text{Ін} \quad (3.5),$$

де $\Delta\text{Іц}$ - зміна цін на реалізовані товари в плановому (звітному) періоді в порівнянні з базисним (у долях одиниці й відповідно зі знаком «+» або «-»);

$\Delta\text{Ін}$ - зміна натурального (фізичного) обсягу продажів (аналогічно величині $\Delta\text{Іц}$).

Дане співвідношення істотно розширює можливості оцінки та формування фінансових результатів від реалізації під впливом двох факторів, але за умови, що ціни та тарифи на ресурси й послуги не мінються, що в реальному житті представити неможливо. У зв'язку із цим ми представили

можливий (або фактичний) приріст фінансових результатів від реалізації в порівнянні з базисним періодом у такий спосіб:

$$\Delta\Phi_{рр}/\Phi_{ррб} = [\Delta\text{Чвб} (1 + \Delta\text{Ін}) (1+ \Delta\text{Ірц}) - \text{ССб} (1 + \Delta\text{Ін})(1+ \Delta\text{Ізц}) - \text{Впост.б}(1+\Delta\text{Іт}) - (\text{Чвб} - \text{ССб} - \text{Впост.б})] / \Phi_{ррб} \quad (3.6),$$

де $\Delta\text{Ізц}$ - зміна закупівельних цін на реалізовані товари в плановому (звітному) періоді в порівнянні з базисним (у долях одиниці й відповідно зі знаком «+» або «-»);

$\Delta\text{Іт}$ - зміна цін та тарифів на інші види використовуваних ресурсів і послуг у плановому (звітному) періоді в порівнянні з базисним (у долях одиниці й відповідно зі знаком «+» або «-»).

Після нескладних перетворень одержали остаточну модель, що має вигляд:

$$\Delta\Phi_{рр}/ \Phi_{ррб} = [\text{Лоп}_{ц} \Delta\text{Іц} (1+ \Delta\text{Ін}) + \text{Лоп}_{н}\Delta\text{Ін}] - [(1+ \Delta\text{Ін}) \text{ССб} \Delta\text{Ізц} + \text{Впост.б} \Delta\text{Іт}] / \Phi_{ррб} \quad (3.7)$$

Дана модель складається із двох елементів:

перший - $[\text{Лоп}_{ц}\Delta\text{Іц} (1+\Delta\text{Ін}) + \text{Лоп}_{н}\Delta\text{Ін}]$ повторює формулу Крейніної М.Н. (3.5) і враховує зміни дохідної частини, що формує фінансові результати;

другий - $[(1+\Delta\text{Ін}) \text{ССб} \Delta\text{Ізц} + \text{Впост.б} \Delta\text{Іт}] / \Phi_{ррб}$, запропонований нами, ураховує другу важливу складову, що формує фінансові результати торговельного підприємства, - це зміна витрат під впливом цінового фактора.

Ілюстрація використання, отриманої моделі представлена в таблиці 3.4.

Представлені в таблиці, варіанти 1-3 розраховані тільки на основі першої складової розглянутої моделі для випадків, коли закупівельні ціни на товари й тарифи на послуги залишаються незмінними. Наступні три варіанти (4-6) враховують даний фактор при різних сполученнях динаміки обсягу продажів, цін реалізації й закупівель товарів, а також тарифів на ресурси, що використовуються, й послуги.

Перша частина моделі дозволяє або оцінювати фактичні зміни, або формувати планові показники фінансових результатів від реалізації торговельного підприємства під впливом змін фізичного обсягу продажів і рівня цін реалізації. Друга частина моделі дає можливість кількісно визначити ступінь впливу або припустимий рівень росту закупівельних цін і

Таблиця 3.4

Варіанти розрахунку фінансових результатів від реалізації на основі запропонованої моделі

Показники	Базисний період	Звітний (плановий) період	Приріст в долях од.
1	2	3	4
1-й варіант при зміні тільки роздрібних цін: $\Delta P_{rc} = 0,10$			
Чиста виручка від реалізації	1000	1100	0,10
Собівартість реалізованих товарів	600	600	-
Валовий дохід	400	500	0,25
Витрати постійні	200	200	-
Фінансові результати від реалізації	200	300	0,50
Лоп _ц			5
2-й варіант при зміні тільки фізичного обсягу продажів: $\Delta I_n = 0,10$			
Чиста виручка від реалізації	1000	1100	0,10
Собівартість реалізованих товарів	600	660	0,10
Валовий дохід	400	440	0,10
Витрати постійні	200	200	-
Фінансові результати від реалізації	200	240	0,20
Лоп _н			2
3-й варіант при зміні роздрібних цін та фізичного обсягу продажів: $\Delta P_{rc} = 0,10$; $\Delta I_n = 0,10$			
Чиста виручка від реалізації	1000	1210	0,21
Собівартість реалізованих товарів	600	660	0,10
Валовий дохід	400	550	0,375
Витрати постійні	200	200	-
Фінансові результати від реалізації	200	350	0,75
Лоп			3,57
4-й варіант при зміні роздрібних цін, фізичного обсягу продажів та закупівельних цін і тарифів на послуги: $\Delta I_n = 0,10$; $\Delta P_{rc} = 0,10 > \Delta I_{зц} = 0,08$ і $\Delta I_T = 0,05$			
Чиста виручка від реалізації	1000	1210	0,21
Собівартість реалізованих товарів	600	712,8	0,188
Валовий дохід	400	497,2	0,243
Витрати постійні	200	210	0,05
Фінансові результати від реалізації	200	287,2	0,436
Лоп*			2,08
5-й варіант при зміні роздрібних цін, фізичного обсягу продажів та закупівельних цін і тарифів на послуги: $\Delta I_n = 0,10$; $\Delta P_{rc} = 0,10 < \Delta I_{зц} = 0,12$ і $\Delta I_T = 0,12$			
Чиста виручка від реалізації	1000	1210	0,21
Собівартість реалізованих товарів	600	739,2	0,232
Валовий дохід	400	470,8	0,177
Витрати постійні	200	224	0,12
Фінансові результати від реалізації	200	246,8	0,234
Лоп**			1,114
6-й варіант при зміні роздрібних цін, фізичного обсягу продажів та закупівельних цін і тарифів на послуги: $\Delta I_n = - 0,10$; $\Delta P_{rc} = 0,08 < \Delta I_{зц} = 0,12$ і $\Delta I_T = 0,12$			
Чиста виручка від реалізації	1000	972	-0,028
Собівартість реалізованих товарів	600	604,8	0,008
Валовий дохід	400	367,2	-0,082

<i>Продовження табл. 3.4</i>			
1	2	3	4
Витрати постійні	200	224	0,12
Фінансові результати від реалізації	200	143,2	-0,284
Лоп***			10,14
7-й варіант при зміні роздрібних цін, фізичного обсягу продажів та припустимої зміни закупівельних цін і тарифів на послуги: $\Delta I_n = -0,10$; $\Delta I_{pc} = 0,08$ при $\Delta I_{zc} = 0,0432$ і $\Delta I_T = 0,0432$			
Чиста виручка від реалізації	1000	972	-0,028
Собівартість реалізованих товарів	600	563,3	-0,061
Валовий дохід	400	408,7	0,022
Витрати постійні	200	208,7	0,043
Фінансові результати від реалізації	200	200	0,00

тарифів на послуги. Так при варіанті 5 при рості обсягу продажів на 10% і рості роздрібних цін на 10% закупівельні ціни й тарифи на послуги можуть вирости в середньому по всіх видах витрат на 17,44%, що забезпечить розмір ФРр на рівні базисного, тобто з «0» приростом. Для варіанта 6, коли обсяг продажів падає, роздрібні ціни ростуть припустимий середній рівень росту закупівельних цін та тарифів на послуги не повинен перевищувати 4,32 %, тоді підприємство зможе зберегти сформований розмір фінансових результатів (варіант 7). Таким чином, застосування запропонованої моделі формування фінансових результатів від реалізації дозволяє:

- оцінити ступінь впливу на загальну зміну фактичного фінансового результату відповідно до базисного таких факторів, як зміни фізичного обсягу продажів, роздрібних та закупівельних цін на товари й тарифів на послуги;

- визначити необхідний розмір фінансових результатів у плановому періоді під впливом різних сполучень вище перерахованих факторів з урахуванням умов попиту населення.

3.2. Факторне моделювання фінансових результатів

Одним з важливих і обов'язкових інструментів підготовки й прийняття рішень по управлінню підприємством є розробка й використання аналітичних та графічних моделей. «Під терміном «*модель*» розуміється опис розглянутого явища (процесу), що виражається у вигляді математичних рівнянь, графічних відображень, логічних схем, що відбивають головні внутрішні взаємозв'язки й відносини між основними елементами (параметрами) досліджуваного явища (процесу)» [21, с. 23] Моделі

дозволяють відбивати причинно-наслідкові зв'язки між певними групами змінних досліджуваного економічного явища.

Формування фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі відноситься до найбільш складних проблем фінансового управління. Фінансові результати фокусують результати всіх видів діяльності підприємств і одночасно є необхідним джерелом самокупності й самофінансування; рентних, процентних та дивідендних виплат; створення резервних та страхових фондів. Як показав попередній аналіз, на величину фінансових результатів впливає безліч різноспрямованих факторів, що ускладнює процес управління, спрямований на досягнення необхідного їх розміру, темпів росту, рівня рентабельності.

Формування фінансових результатів у процесі поточного управління припускає наявність таких обов'язкових етапів, як: визначення необхідного (цільового) розміру, виходячи із цілей розвитку підприємства; аналіз поточного стану та виявлення найбільш істотних зовнішніх і внутрішніх факторів, що вплинули на їх зміни; розрахунок планових або прогнозних величин фінансових результатів, що найбільше повно відповідає цільовим настановам; розробка конкретних заходів щодо досягнення розрахованих величин; моніторинг усіх вище перерахованих етапів та внесення корективів у ході реалізації намічених заходів.

У даному розділі ми зупинимося на такому важливому етапі як *визначення прогнозних значень фінансових результатів*. Сучасна практика пропонує великий перелік методів та методик [33, 48, 55, 60, 128, 130, 131, 133, 145, 156, 157], які можна об'єднати в три основні групи:

- традиційні методи;
- методи маржинального аналізу;
- економіко-математичні методи.

До *традиційних методів* відносять методи прямого асортиментного розрахунку, нормативного, балансового, укрупненого, сполученого розрахунку й ін. [5, 33, 43,44]. Застосування традиційних методів вимагає значного обсягу вихідної інформації та часу для здійснення розрахунків, що скорочує можливості різноманітного підходу до прийняття управлінських рішень.

Методи *маржинального аналізу*, які були розглянуті в розділі 3.1, також мають певні обмеження. Попередній аналіз по даним вибіркової сукупності підприємств роздрібної торгівлі показав, що в реальному житті відсутні чіткі взаємозв'язки між обсягами обороту, складом витрат та фінансових

результатів від реалізації. Це обумовлено тим, що на зміни обсягу продажів, витрат і, в остаточному підсумку, фінансових результатів впливає велика кількість факторів, які діють у різних напрямках, без взаємного зв'язку. Інакше кажучи, зв'язок «обсяг товарообігу - витрати - прибуток» у практичній господарсько-фінансовій діяльності далеко не є абсолютним. Відомий французький економіст Б. Коласс відзначає, що гіпотези, що присутні в аналізі моделі «витрати - обсяг - прибуток», значно звужують інтерес до нього [145]. До числа таких гіпотез відносять:

- наявність чітких можливостей для розподілу витрат на постійні та змінні за критерієм ділової активності. Однак, як показує практика, такий розподіл досить трудний і приводить до необхідності спрощеного підходу до угруповання витрат;

- змінні витрати змінюються пропорційно зміні обсягів виробництва або реалізації. Дана гіпотеза також обмежена, тому що вона маскує численні типи змін елементів витрат від даного фактора;

- величина постійних витрат не залежить від інвестиційної діяльності протягом аналізованого періоду. Насправді інвестиційні операції, породжуючи нові амортизаційні відрахування, збільшують постійні витрати.

Існують і інші гіпотези маржинального аналізу: при багатопродуктовому виробництві зберігаються постійні пропорції в співвідношенні продуктів; підприємство не робить запасів; продажна ціна не залежить від кількості проданих товарів й ін.

Все це свідчить про те, що аналіз за схемою «обсяг виробництва (продажів) - витрати - прибуток» повинен застосовуватися з багатьма обережностями.

Застосування економіко-математичних методів дозволяє здійснювати різноманітні розрахунки, але воно виправдано лише на основі достовірних економічних моделей, що враховують реальні фактори майбутнього періоду [128, 133].

Нами здійснені спроби щодо побудови регресійних моделей на основі проведеного кореляційного аналізу. Однак дослідження показали, що використання регресії при моделюванні фінансових результатів у сучасних умовах утруднено в силу:

- необхідності включення в модель великої кількості факторів, що ускладнює визначення параметрів моделі в умовах невеликих вибірок;

- високої автокореляції між внутрішніми факторами, що мають кількісну оцінку (товарообіг, собівартість, розмір капіталу, величина постійних та

змінних витрат, розмір торговельної площі, показники ефективності їх використання й ін.);

- складності кількісного урахування значного числа факторів;

- відсутності реальних зв'язків між параметрами, там де вони теоретично повинні бути присутніми, що пов'язано із впливом випадкових складових.

Результатом наших досліджень стали однофакторні регресійні моделі, що зв'язують величину фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування зі співвідношенням постійних та змінних витрат. Дані моделі були розраховані окремо за групами підприємств за останні два роки (2005-2006 роки), які характеризуються більшою стабільністю в діяльності вибіркової сукупності підприємств. Моделі мають такий вигляд:

Для групи невеликих підприємств (30 спостережень):

$$U_{np} = 18,075 - 74,26X, \quad (3.8),$$

де U_{np} - розмір фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування за рік, тис. грн.;

X - співвідношення величини постійних та змінних витрат $[(V_a + V_z) / CC]$ у долях одиниці.

Для груп середніх (28 спостережень) та великих (16 спостережень) підприємств дані рівняння відповідно мають вигляд:

$$U_{sp} = 134,102 - 633,62X \quad (3.9)$$

$$U_{vp} = 392,626 - 2085,73X \quad (3.10).$$

Коефіцієнти парної кореляції для цих співвідношень становлять: $R_{np} = 0,5102$; $R_{sp} = 0,717$; $R_{vp} = 0,830$. Це свідчить, що тільки в групі великих підприємств існує досить високий зв'язок. Застосування даних моделей обмежено рамками розглянутих конкурентних груп підприємств роздрібної торгівлі. Вони враховують вплив одного, хоча й комплексного фактора, що звужує можливості факторного моделювання фінансових результатів. Розрахункові значення фінансових результатів, отримані на основі цих моделей, можуть бути використані як індикатори, що дозволяють оцінити можливості конкретного підприємства щодо середніх показників та місце торговельного підприємства в конкурентній групі.

У зв'язку із цим, на нашу думку, необхідним є синтез різних методів, що забезпечує урахування великого комплексу факторів, що формують

фінансові результати. Дана модель принципово може бути представлена в такий спосіб:

$$\begin{aligned} \Phi\text{Роб}_{\text{п}} = \Phi\text{Роб}_{\text{б}} \pm \Delta \text{ЧВф} \pm \Delta \text{ЧВц} \pm \Delta \text{ЧВас} \pm \Delta \text{СС} \pm \Delta \text{Зпост} \pm \\ \pm \Delta \text{ФРін.оп} \pm \Delta \text{ФРін.зв} \end{aligned} \quad (3.11),$$

де $\Phi\text{Роб}_{\text{п}}$ – прогнозована (планова) величина фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування, тис. грн.;

$\Phi\text{Роб}_{\text{б}}$ - величина фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування базисного (предпланового) періоду, тис. грн.;

$\Delta \text{ЧВф}$ - вплив зміни чистої виручки за рахунок зміни фізичного обсягу продажів, тис. грн.;

$\Delta \text{ЧВц}$ - вплив зміни чистої виручки за рахунок зміни роздрібних цін на товари, тис. грн.;

$\Delta \text{ЧВас}$ - вплив зміни чистої виручки за рахунок змін товарно-групової структури обороту, тис. грн.;

$\Delta \text{СС}$ - вплив зміни собівартості (змінних прямих витрат), тис. грн.;

$\Delta \text{Впост}$ - вплив зміни постійних витрат, тис. грн. Для спрощення розрахунків $\text{Впост} = \text{В}_a \pm \text{В}_z$;

$\Delta \text{ФРін.оп}$ - вплив зміни фінансових результатів від іншої операційної діяльності, тис. грн.;

$\Delta \text{ФРін.зв}$ - вплив зміни фінансових результатів від іншої звичайної (фінансово-інвестиційної) діяльності, тис. грн.

Представлена факторна модель має ряд переваг:

- вона не вимагає використання великого масиву інформації й у її основі лежать форми обов'язкової фінансової та статистичної звітності (зокрема форми «Звіт про фінансові результати» та «Звіт про продаж і запаси товарів у торговельній мережі й мережі ресторанного господарства»);

- вона дозволяє кількісно оцінити ступінь впливу виділених факторів, змінюючи які можна впливати на кінцевий фінансовий результат;

- вона дає можливість поетапно розрахувати елементи, що формують фінансові результати, у першу чергу, від операційної діяльності, а також виділити результати фінансово-інвестиційної діяльності;

- вона дозволяє перевірити вірогідність розрахунку фінансових результатів іншими методами.

Перевагою даного підходу є комплексність та системність. Виділені фактори, будучи самі результуючими показниками, узагальнюють вплив факторів 2-го рівня. До них варто віднести ефективність маркетингової, цінової, асортиментної, закупівельної політик; склад та ефективність використання трудових ресурсів, оборотних та необоротних активів; оптимальність джерел формування капіталу й ін.

Розглянемо можливості реалізації даного методичного підходу на прикладі двох підприємств роздрібної торгівлі, що входять у вибіркочув сукупність. Перше підприємство № 5 входить до складу групи невеликих підприємств, друге - № 34 із групи великих. Характерною їх особливістю є відносна стабільність розвитку товарообігу в останні два роки та позитивний підсумковий фінансовий результат (табл. 3.5).

Для того, щоб правильно оцінити ефективність формування фінансових результатів необхідно використовувати *еталонне тестування*, або *бенчмаркинг*. Це значить, що торговельне підприємство повинне встановити власні стандарти та оцінювати результати своєї роботи, порівнюючи власні фактичні досягнення з показниками у своєму секторі роздрібної торгівлі, окремих конкурентів, результативних фірм і/або власними попередніми успіхами. «Еталонне тестування допомагає менеджерам: оцінювати загальну прибутковість, працездатність та ефективність; краще контролювати витрати, порівнюючи їх з найвищими показниками, досягнутими іншими роздрібними підприємствами; краще зрозуміти природу свого бізнесу, а також визначити який метод ведення справ ефективний, а який ні; виявити сховані несприятливі тенденції» [107, с. 1065].

В цьому випадку у якості еталонів розглянемо середньогрупові значення відносних показників фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування в чистому доході - рентабельність продажів. В обох підприємств дані показники нижче середньогрупових і нижче чим по виборці в цілому, що свідчить про недостатню ефективність управління процесом їх формування. Так, рентабельність, обчислена на основі фінансових результатів від звичайної діяльності до оподатковування до чистого доходу, у групі невеликих підприємств у середньому становила в 2006 році 1,32%, у групі великих 1,85%, а в цілому по сукупності 1,26%, а в даних підприємствах відповідно 0,60% і 0,56%. Більше того підприємство №5 мало збитки від реалізації.

У зв'язку із цим основною метою формування фінансових результатів в обох підприємствах є забезпечення беззбиткової діяльності та поточної

Таблиця 3.5

**Основні показники господарської діяльності підприємства № 5 і
підприємства № 34 за 2006 рік**

(тис. грн)

Показники	Підприємство №5	Підприємство №34
Роздрібний товарообіг (виручка від реалізації)	822,4	5377,2
Чистий дохід (виручка) від реалізації	685,1	4479,2
Собівартість реалізованих товарів	582,3	3865,6
в % до чистої виручки	85,0	86,3
Валовий дохід	102,8	613,6
в % до чистої виручки	15,01	13,70
Адміністративні витрати	34,4	246,1
Витрати на збут	72,1	327,8
Разом постійні витрати	106,5	573,9
в % до чистої виручки	15,54	12,81
Фінансові результати від реалізації	-3,7	39,7
в % до чистої виручки	-0,55	0,89
Інші операційні доходи	5,7	78,3
Інші операційні витрати	-	83,4
Фінансові результати від іншої операційної діяльності	5,7	-5,1
в % до чистої виручки	0,83	-0,11
Фінансові результати від операційної діяльності	2,0	34,6
в % до чистої виручки	0,28	0,77
Фінансові та інші доходи від іншої звичайної діяльності	7,9	21,0
Фінансові та інші витрати від іншої звичайної діяльності	5,7	40,5
Фінансові результати від іншої звичайної діяльності	2,2	-19,5
в % до чистої виручки	0,32	-0,21
Фінансові результати від іншої звичайної діяльності до оподаткування	4,2	15,1
в % до чистої виручки	0,60	0,56
в % до середньорічної вартості капіталу	3,41	0,31
Операційний леверидж	-0,0360	0,0647

платоспроможності й досягнення середньогрупових рівнів рентабельності продажів. Для досягнення середніх значень у конкурентній групі підприємство № 5 при незмінному розмірі чистого доходу повинне довести

величину фінансового результату до 8,7 тис. грн., а підприємство № 34 - до 82,9 тис. грн., тобто збільшити відповідно більш ніж в 2 і 5 разів.

Визначившись із орієнтовними, бажаними величинами прогнозованих показників, оцінимо стан зовнішнього середовища підприємств. Для цього скористаємося моделлю 2.4, і показниками таблиці 2.17 (розділ 2.3). У таблиці 3.6 представлена: система макро-, мезо- та мікро- показників, які були включені до складу локальних інтегральних показників; розрахункові значення індексів їх зміни за два останніх роки, які були визначені на основі даних загальнодержавної, галузевої статистичної інформації [126, 158] і даних вибіркової сукупності підприємств; середні значення індексів за розглянутий період, які розраховані на основі середньгеометричної.

Значення, отриманих локальних та підсумкового інтегральних показників дозволяють зробити висновок, що в цілому фактори зовнішнього середовища не значно, але сприятливо впливають на можливості формування фінансових результатів. Менш сприятливими є тільки галузеві фактори, для яких значення локального інтегрального показника ледве менш 1,0, що обумовлено значною мірою ростом витрат на заробітну плату працівників торгівлі.

Виходячи з того, що в найближчій перспективі (в 2007 році) істотних змін у параметрах зовнішнього середовища не відбудеться, можна припустити, що в досліджуваних підприємств будуть можливості для нарощування розміру фінансових результатів.

На наступному етапі, підприємствам необхідно підібрати можливі значення факторних показників таким чином, щоб забезпечити рівень рентабельності, що відповідає середнім значенням у конкурентній групі. Можливі різні варіанти рішень.

Розглянемо варіант при кон'юнктурі ринку, коли ріст обсягів продажів обмежений. Це відноситься, насамперед, до підприємства № 5, що має відносно стабільний контингент покупців. У цих умовах основними факторами, що дозволяють нарощувати фінансові результати від реалізації, є зміни в ціновій та асортиментній політиці. Цінова політика підприємств роздрібної торгівлі, насамперед, спрямована на оптимізацію величини торговельних надбавок. Застосовуючи елементи АВС-аналізу, виділимо в складі обороту підприємств товарні групи, що формують основну долю обсягів продажів (табл. 3.7). Групи сформовані відповідно середнього рівня торговельних націнок, що склалися у підприємствах.

Розрахунок параметрів та підсумків інтегральної моделі для оцінки впливу зовнішнього середовища на фінансові результати підприємств № 5 і № № 34

(од.)

Показники	2005/2004	2006/2005	Середньорічний темп росту
1	2	3	4
<i>K1</i> – локальний інтегральний показник, що враховує стан макросередовища			
Середній індекс цін на продовольчі товари	1,113	1,166	1,139
Середній індекс зміни процентної ставки банків по кредитах	0,937	0,989	0,963
Середній індекс зростання доходів населення	1,272	1,351	1,311
Середній індекс цін на електроенергію, газ та воду	1,060	1,100	1,0798
$K1 = \sqrt[4]{1,139 * 1/0,963 * 1,311 * 1/1,0798} = 1,0887$			
<i>K2</i> – локальний інтегральний показник, що враховує стан та перспективи розвитку галузі			
Індекс росту роздрібного товарообігу продовольчих товарів	1,300	1,175	1,236
Індекс зміни числа збиткових підприємств у торговельній галузі	0,911	0,952	0,931
Індекс середньої заробітної плати працівників торгівлі	1,292	1,401	1,345
Індекс чисельності працівників галузі	0,982	1,003	0,992
$K2 = \sqrt[4]{1,236 * 1/0,931 * 1/1,345 * 0,992} = 0,9946$			
<i>K3</i> – локальний інтегральний показник, що враховує стан конкуренції в цілому у галузі			
Індекс зміни кількості підприємств продовольчої торгівлі	0,927	0,915	0,921
Індекс зміни середнього розміру підприємства по торговельній площі	0,908	1,111	1,008
Індекс зміни долі універсамів, супермаркетів та гіпермаркетів у загальному числі універсальних продовольчих магазинів	1,313	1,280	1,131
Індекс зміни розміру роздрібного товарообігу розраховуючи на одне підприємство торгівлі	1,460	1,497	1,478
$K3 = \sqrt[4]{0,921 * 1,008 * 1/1,131 * 1,478} = 1,0490$			
<i>K4НП</i> – локальний інтегральний показник, що враховує стан найближчих Конкурентів			
Середній по групі індекс динаміки товарообігу	1,016	1,011	1,013
Середній по групі індекс динаміки торговельної націнки	0,981	0,995	0,988

<i>Продовження табл. 3.6</i>			
1	2	3	4
Середній по групі індекс рентабельності продажів	0,862	1,056	0,954
Середній по групі індекс виробітку	1,245	1,075	1,157
$K4HP = \sqrt[4]{1,103 * 0,988 * 0,954 * 1,157} = 1,047$			
<i>K4BP</i> – локальний інтегральний показник, що враховує стан найближчих Конкуrentів			
Середній по групі індекс динаміки товарообігу	1,102	1,020	1,060
Середній по групі індекс динаміки торговельної націнки	0,976	0,994	0,985
Середній по групі індекс рентабельності продажів	1,181	1,011	1,093
Середній по групі індекс виробітку	1,102	1,052	1,077
$K4BP = \sqrt[4]{1,060 * 0,985 * 1,093 * 1,077} = 1,053$			
$K_{инп} = \sqrt[4]{1,0887 * 0,9946 * 1,0490 * 1,047} = 1,044$			
$K_{ивп} = \sqrt[4]{1,0887 * 0,9946 * 1,0490 * 1,053} = 1,046$			

Таблиця 3.7

**Дані про структуру продажів по основним товарним групам
у підприємствах № 5 і № 34 за 2006 рік**

Підприємство № 5				Підприємство № 34			
Товарна група	питома вага в %	Середній рівень ВД, %	Зважений середній рівень	Товарна група	Питома вага в %	Середній рівень ВД, %	Зважений середній рівень
Група А	44,1	13,0	573,3	Група А	32,7	13,0	425,1
Група В	27,2	20,0	540,4	Група В	31,4	17,0	533,8
Група С	28,7	13,5	387,3	Група С	35,9	12,3	411,1
Разом	100,0	15,01	1501	Разом	100,0	13,70	1370

У групу А включені товари з відносно низькою еластичністю попиту за ціною. Це в основному молоко та молокопродукти, бакалія, хліб та хлібобулочні вироби, у підприємстві № 34 у цю групу також увійшли овочі та картопля. Другу групу В утворюють товари з відносно високою еластичністю попиту за ціною. У магазині № 5 - це м'ясо та м'ясопродукти, сири, масло тваринне, кондитерські товари, чай та кава. У магазині № 34 сюди ще входять вино-горілчані вироби. Третя група С складається з інших продовольчих товарів, які займають проміжне положення за рівнем еластичності попиту.

Якщо підприємства підуть по шляху зміни цінової політики, трохи підвищивши рівень торговельних надбавок у першій групі, що не відіб'ється

на величині обсягів продажів, та знизять рівень торговельних надбавок у другій групі, що буде стимулювати ріст обсягів продажів, то за інших рівних умов вони можуть одержати наступні результати (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

**Прогнозні дані про структуру продажів по основним товарним групам
у підприємствах № 5 і № 34**

Підприємство № 5				Підприємство № 34			
Товарна група	питома вага в %	Середній рівень ВД, %	Зважений середній рівень	Товарна група	питома вага в %	Середній рівень ВД, %	Зважений середній рівень
Група А	43,4	15,0	651,0	Група А	32,4	15,0	486,0
Група В	28,2	18,0	507,6	Група В	31,9	16,0	510,4
Група С	28,4	13,5	383,4	Група С	35,7	12,3	439,1
Разом	100,0	15,42	1542	Разом	100,0	14,36	1435,5

При цьому можливий приріст обсягів продажів у відсотках по другій групі може бути обчислений за наступною формулою:

$$\Delta ЧВВ = \Delta ІЦВ * КелВ, \quad (3.12)$$

де Кел – коефіцієнт еластичності попиту за ціною, визначити величину якого можна при проведенні спеціальних акцій у торговельних підприємствах. У нашій випадку у великому підприємстві № 34 при продажі окремих товарів, що входять у групи В із знижкою в 5%, обсяги продажів зростали на 15-20%, що дозволяє оцінити $КелВ = 3$.

Індекс цін варто визначати по наступному співвідношенню:

$$Іц = (ДссБ + ТНП + ПДВ) / (ДссБ + ТНБ + ПДВ) * 100, \quad (3.13)$$

де ДссБ - доля собівартості в роздрібній ціні без ПДВ, базисна, в %;

ТНП, ТНБ - доля торговельної націнки в роздрібній ціні без ПДВ, прогнозована й базисна, в %;

ПДВ - величина податку на додану вартість, %.

Загальний приріст чистої виручки від реалізації, за умови, що оборот по двох інших групах товарів залишиться без зміни можна розрахувати в такий спосіб:

$$\Delta ЧВ = \Delta ЧВБ * ДЧВВП, \quad (3.14)$$

де $D_{\text{чввп}}$ – прогнозована доля чистої виручки товарів групи В у загальній сумі, од.

Для аналізованих підприємств при рості обсягу продажів товарів групи В у магазині № 5 на 5,1%, а в магазині № 34 на 2,4%, загальний приріст чистої виручки від реалізації може збільшитися відповідно на 1,4% і 0,8%.

Таким чином, проведені розрахунки дозволяють оцінити ступінь впливу на валовий прибуток перших трьох факторів (табл. 3.9):

1) росту обсягу продажів, що може бути визначено за формулою:

$$\Delta \text{ФРр}_{\text{чв}} = \Delta \text{ЧВ} * \text{Лоп} * \text{ФРр}_{\text{б}}; \quad (3.15)$$

2) структурних зрушень в обсязі продажів:

$$\Delta \text{ФРр}_{\text{СТР}} = \text{ЧВ}_{\text{п}} * \Delta \text{Кмд}_{\text{СТР}}; \quad (3.16)$$

3) цінових рішень:

$$\Delta \text{ФРр}_{\text{ц}} = \text{ЧВ}_{\text{п}} * \Delta \text{Кмд}_{\text{ц}}; \quad (3.17)$$

де $\Delta \text{ФРр}_{\text{чв}}$, $\Delta \text{ФРр}_{\text{СТР}}$, $\Delta \text{ФРр}_{\text{ц}}$ – прогнозні зміни фінансових результатів від реалізації відповідно під впливом змін чистої виручки, структурних зрушень в обороті й цінової політики;

$\Delta \text{Кмд}_{\text{СТР}}$, $\Delta \text{Кмд}_{\text{ц}}$ – зміни коефіцієнтів маржинального доходу (валового прибутку) за рахунок структурних зрушень і змін у ціновій політиці.

Таблиця 3.9

Прогнозні зміни валового прибутку

(тис. грн.)

Фактори впливу	Підприємство № 5	Підприємство №34
Зміна обсягу продажів	+0,2	+2,06
Зміна структури обороту	+0,3	+0,45
Зміна цінової політики	+2,57	+28,9
Разом	+3,07	+31,41

Як бачимо прогнозований приріст валового прибутку не забезпечує намічений приріст фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування.

Наступна група факторів пов'язана з витратами на реалізацію товарів підприємства. Що стосується змінних витрат (собівартості), то їх величина повинна вирости пропорційно росту чистої виручки, а доля знизиться відповідно до росту середнього рівня торговельних націнок. Для забезпечення росту фінансових результатів від реалізації, як показують отримані рівняння регресії (формули 3.8-3.10), необхідно знижувати співвідношення постійних та змінних витрат, за рахунок економії перших. У підприємстві № 5 резерви лежать у площині використання трудових ресурсів і оборотних активів, у підприємстві № 34 не обґрунтовано високі розміри орендованих основних фондів.

Розробка заходів у підприємстві № 5 по зниженню чисельності працівників та продажу запасів товарів, що не користуються попитом, із знижкою, дозволить не тільки знизити поточні постійні витрати, але й одержати додаткові доходи. Підприємство № 34 при частковій відмові від орендованих приміщень також зможе заощадити частину постійних витрат.

Таким чином, отримані проміжні розрахунки фінансових результатів від основної діяльності (табл. 3.10), дозволяють зробити висновок, що внесення корективів у цінову політику підприємств, спричинять зміни в обсязі й структурі продажів, що для підприємства № 34 при зниженні постійних витрат уже на цьому етапі дозволить забезпечити цільові настанови щодо розміру фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування, навіть при незадовільних результатах (на рівні минулого періоду) іншої операційної та фінансово-інвестиційної діяльності.

Підприємство № 5 лише частково вирішило свої проблеми, переборюючи збитковість основної діяльності. Хоча, якщо фінансові результати інших видів діяльності залишаться на рівні попереднього року, підприємство зможе досягти середньогрупового рівня рентабельності продажів.

Запропонований підхід поетапного та по факторного формування фінансових результатів має широкі можливості. Він дозволяє враховувати не тільки внутрішні, але й зовнішні фактори (зміни роздрібних, закупівельних цін, процентних ставок, мінімальної заробітної плати й ін.). Такі факторні моделі добре піддаються програмуванню, робота з ними на персональному комп'ютері істотно розширює коло розглянутих варіантів у процесі прийняття рішень.

**Прогнозні значення фінансових результатів від реалізації
для підприємств роздрібної торгівлі № 5 і № 34**

(тис. грн)

Показники	Підприємство № 5		Підприємство № 34	
	Факт 2006	Прогноз 2007	Факт 2006	Прогноз 2007
Чистий дохід	685,1	695,0	4479,2	4515
Витрати змінні	582,3	587,8	3865,6	3866,6
в % до чистого доходу	84,99	84,58	86,3	85,64
Валовий прибуток	102,8	105,9	613,6	645,0
в % до чистого доходу	15,00	15,42	13,70	14,36
Витрати постійні	106,5	104,0	573,9	550,0
в % до чистого доходу	15,55	14,96	12,81	12,18
Фінансові результати від реалізації	-3,7	1,9	39,7	145,0
в % до чистого доходу	-0,55	0,46	0,89	2,18

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалт. Учет, анализ и аудит / под ред. О.В Ефимовой, М.В. Мельник.- 2-е изд., испр. И доп. – М.: Изд-во ОМЕГА-Л, 2006. – 408 с.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Минск: ООО «Новое знание», 2000. – 688 с.
3. Загородній А.Г., Возник Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. – 4-те вид., випр. та доп. – К.: Т-во «Знання», КОО; Л.: Вид-во Львів. банк. Ін-ту НБУ, 2002. – 566 с.
4. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 343 с.
5. Савчук В.П. Управление финансами предприятия / В.П. Савчук. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2003. – 480 с.
6. Крылов Э.И., Власова В.М., Журавкова И.В. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции: Учеб. Пособие. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 720 с.
7. Бочаров В.В. Финансовый анализ. – СПб.: Питер, 2001. – 240 с.
8. Гинзбург А.И. Экономический анализ. – СПб.: Питер, 2004. – 480 с.
9. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ: Учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 479 с.
10. Зимин Н.Е, Солопова В.Н. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – М.: КолосС, 2004. – 384 с.
11. Щиборщ К.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий России. – М.: Издательство «Дело и Сервис». – 2003. – 320 с.
12. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: Учебник, 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «Перспектива», 2006. - 368 с.
13. Национальные стандарты бухгалтерского учета. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 3 «Отчет о финансовых результатах». Утв. приказом Мин-ва финансов Украины от 31.03.99 № 87 / Баланс. Всеукраинский бухгалтерский еженедельник. № 38 (267), 20 сентября 1999 г. С.1-13.
14. Закон Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине» № 996-ХГУ, вводящийся в действие с 01.01.2000 г., 16.07.99
15. Лень В.С., Гливенко В.В., Бочок М.П., Иванов Л.П. Звітність підприємств: Підручник. – К.: Знання-Прес, 2004. – 474 с.

16. Лишиленко О.В. До питання обліку витрат і доходів підприємств // Статистика України. – 2004. №3. – с. 108 -112.
17. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Соцгиз, 1962. – 684 с.
18. Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2 изд., т. 25, ч. 1.
19. Основы экономической теории: Учебник / С.В. Мочерный, В.К. Симоненко, В.В. Секретарюк, А.А. Устенко; Под общ. Ред. С.В. Мочерного. – К.: О-во «Знання», КОО, 2000. – 607 с.
20. Павленко Р.В. Теорії прибутку минулого сторіччя // Формування ринкових відносин в Україні: Зб. наук. праць. – Финансовая консультация. – 2001. - № 1-2 (215-216) (Спецвыпуск)
21. Жданов С.А. Основы теории экономического управления предприятием. – М.: Издательство «Финпресс», 2000. – 384 с.
22. Пезенти А. Очерки политической экономики капитализма. – М.: «Экономика», 1976. – 424 с.
23. Henri Alain. Le diagnostic économique, financier et humain de l'entreprise.- Paris: Editions l'Organisation, 1997. - 403 p.
24. Kaplan R.S., Norton D.P. Die strategiefokusierte Organisation: Führen mit der Balanced Scorecard. – Stuttgart, 2001. - 325 s.
25. Dewey D. Modern Capital Theory. Columbia Univ. Press. 1965. P.24. – 388 p.
26. Кантарович Л.В., Горстко А.Б. Математическое оптимизационное программирование в экономике. – М.: Знание, 1968. – 312 с.
27. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика в 2-х томах. «Экономическая школа», Санкт-Петербург, 1999, с.349, с. 504.
28. Лігоненко Л.О., Ключенок Л.В. Економіка торговельного підприємства: методика вирішення планово-економічних творчих задач: Навч. посіб. - К.: КНТЕУ, 2005. – 295 с.
29. Мазаракі А.А., Лігоненко Л.О. Ушакова Н.М. Економіка торговельного підприємства. – К.: КНТЕУ, 2001. – 800 с.
30. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. – 7-изд., пере раб. – М.: Новое знание, 2004. – 544 с.
31. Худа В. Прибуток у системі управління торговельним підприємством // Вісн. Київ. нац. торг. екон. ун-ту. – 2005. - №3. – с. 59 – 65.
32. Андросова Т.В. Торгівля в ринковій економіці. - Харків, 2001. –120 с.
33. Бланк И.А. Управление прибылью. – К.: «Ника-Центр», 1998. – 544 с.

34. Кривицька О.Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку //Фінанси України. – 2005. №3. – с. 138-146.

35. Кругла Н.М. Особливості визначення та обґрунтування оцінки економічних результатів діяльності підприємств //Актуальні проблеми економіки. – 2004. - №5. – с. 104 – 109.

36. Фролова Л.В. Логістичне управління підприємством: теоретико-методологічні аспекти: Монографія. – Донц. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. Туган-Барановського. – Донецьк: Дон дует, 2004. – 2621с.

37. Хозяйственный кодекс Украины. – Х.: ООО «Одиссей», 2004.– 232 с.

38. Долан Э. Дж., Линдсей Д. Рынок: микроэкономическая модель / Пер. с англ. В. Лукашевич и др.; Под общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича. – С.-Пб., 1992. – 496 с.

39. Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стэнли Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2т.: Перю с англ. 11-го изд. Т2. – М.: Республика, 1992. – 400 с.

40. Гонтарева И.В. Проблемы определения системной эффективности деятельности предприятия // Економіка розвитку. – 2005. - № 1. – с.108-111.

41. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика: Сокр. Пер. с англ. / Научн. ред.: В.Т. Борисович, В.М. Полтерович, В.И. Данилов и др. – М.: «Экономика», «Дело», 1992. – 510 с.

42. Клейнер Г.Б. и др. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность / Г.Б. Клейнер, В.Л. Тамбовцев, Р.М. Качалов; под общ. ред. С.А. Панова. – М.: ОАО Изд-во «Экономика», 1997. – 2888 с.

43. Экономика предприятия: Пер. с нем. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 928 с.

44. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия: Пер. с нем. / Под ред. Проф. А.Г. Поршнева. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 512 с.

45. Власова Н.А., Остапчук В.В. «Затраты», «издержки», «расходы» - разграничение категорий с позиции управления предприятием // Зб. наук. пр. «Прогресивні ресурсозберігаючі технології та їх економічне обґрунтування у підприємствах харчування. Економічні проблеми торгівлі». – Ч.2. Харків: ХДУХТ. - с. 337-344

46. Бочаров В.В., Леонтьев В.Е. Корпоративные финансы. Серия «Академия финансов». – СПб.: Питер, 2004. – 544 с.

47. Аверх Г.Л., Федоренко Н.П., Щукин Е.П. Затраты и результаты: беседы об экономике. – М.: Наука, 1990. – 192 с.

48. Лепейко Т.И., Котлик А.В. Методический подход к измерению

результативности деятельности компании при оценке ее эффективности // Экономика розвитку. – 2005. - № 2. – с.13-16.

49. Экономическая теория (политэкономия): Учебник/под общей ред. заслуженных деятелей науки Российской Федерации, профессоров В.И.Видяпина, Г.П. Журавлевой. - М.: Изд-во Рос. экон. Акад., 2000.- 592

50. Котляров С.А., Васильева Е.К. Издержки производства и обращения: Учеб. пособие. - СПб.: СПбГУЭФ, 2000. - 144 с.

51. Рудик Н. Використання показників доходів та витрат //Економіка, фінанси, право. – 2004. - №10. – с. 17 – 23.

52. Танин В. Соизмерение фактических затрат и конечных результатов деятельности производственных коллективов. – Х.: Право, 2006. – 155 с.

53. Бернстайн Л.А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация: Пер. с англ. /Научн. ред. перевода чл.-корр. РАН И.И. Елисеева. Гл. редактор серии проф. Я. В. Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 624 с.

54. Финансы. Учебник. Изд. 2-е / Под ред. д. эк. н., проф.. В. В. Ковалева. – М.: ООО «ТК Велби», 2003. – 512 с.

55. Брейли Р., Майерес С. Принципы корпоративны финансов: Пер. с англ.. М.: Экономика 1998. – 456 с.

56. Карлин Т.П., Мамин А.Р. Анализ финансовых отчетов (на основе GAAP). – М.: ИНФРА-М, 1998. – 448 с.

57. Лепейко Т.И., Котлик А.В. Методический подход к измерению результативности деятельности компании при оценке ее эффективности //Економіка розв. – 2005. - №2 – с. 13 – 16.

58. Череп А.В. Формирование финансовых доходов и затрат от финансовых инвестиций //Бизнес – Информ. – 2004. - №9-10. – с. 82 – 87.

59. Воронина Т. Анализ результатов деятельности //Фин. деректо. – 2005. - №2. – с. 27 – 31.

60. Маршалл Дж., Бонсал В. Финансовая инженерия полное руководство по финансовым нововведениям: Пер. с англ.. М.: Инфра-М, 1998

61. Угляренко О.М. Визначення оподаткованого прибутку та його вплив на формування фінансових ресурсів підприємств //Фінанси України – 2004. - №2. – с. 94 – 100.

62. Лук'янова В.В. Діагностика фінансових результатів діяльності підприємства // Вісн. Хмельниц. нац. ун-ту. Екон. науки. – 2005. - №5, т.2. – с.20 – 24.

63. Краткий курс по экономике предприятия. – К.: Генеза, 1998. – 424 с.

64. Фролова Л.В. Никитенко О.О. Теоретико-методологічні основи фінансового управління підприємством // Вісн. Донц. держ. ун-ту економіки і торгівлі. Сер.: Екон. науки. – 2004. - №3 – с. 262 – 270.

65. Голов С.Ф. Управленческий бухгалтерский учет. – К.: Сарби, 1998, 382 с.

66. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет / Пер. с англ. М.: Аудит, 1994. – 560 с.

67. Орлов Б.Л., Осипов В.В. Управленческий и финансовый анализ деятельности предприятия. — М.: УРОА, 1997. — 123 с.

68. Бороненкова С.А. Управленческий анализ. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 384 с.

69. Мелушова И.Ю. Прибыль и финансовые результаты предприятий // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. пр. Вип. 216: В 4т. – Том 3. – Дніпропетровськ: ДНУ. – 2006. – С. 505-511.

70. Мелушова И.Ю. Экономическое содержание понятия «финансовые результаты» предприятия // Європейська наука ХХІ століття: стратегія і перспективи розвитку – 2006: Матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції. – Т. 8: Економічні науки. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2006. – С. 81-83.

71. Костишина О.Я. Операційна діяльність торговельних підприємств: специфічні особливості та фактори впливу // Вісн. Донц. держ. ун-ту економіки і торгівлі. Сер. Екон. науки. – 2003. - №4. – с. 188 – 196.

72. Горицкая Н.Г. Новая финансовая отчетность. – К.: Техніка, 1999. – 136 с.

73. Солошенко Л.Ю. Роздрібна торгівля: нове у бухгалтерському обліку. – 2-ге вид., доп. – Х.: Фактор, 2000. – 112 с.

74. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємств: Навч. Посібник. – Київ: ЦУЛ, 2002. – 460 с.

75. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.

76. Абрютин М.С. Экономика предприятия: Учебник. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2004. – 528 с.

77. Глазунов В.Н. Финансовый анализ в управлении доходом предприятия // Финансы. – 2005. - №3 – с. 54 – 57.

78. Янок Д.А. Результати діяльності у фінансовій звітності підприємств // Економіка АПК. – 2003. - №4. – с.77.-82.

79. Тафинцева В.Н. Маржинальный доход, как инструмент оценки финансовых результатов // Финансовый менеджмент. – 2001. - № 3. – с. 17-24.

80. Мелушова Ы.Ю. Систематизація видів фінансових результатів і оцінка їх ролі в процесі господарсько - фінансової діяльності підприємств торгівлі // Економічні науки: Сер.: Облік і фінанси. Зб. наук. пр. Вип. 3(12) – Ч. 2. – Луцьк: ЛДТУ, 2006. – С. 168-176.

81. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. - 3-е изд. - М.: Сов. Энциклопедия, 1985. - 1600 с.

82. Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия /Под. Ред. проф. Н.П. Любушина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 471 с.

83. Економіка підприємства. Підручник / І.Ю. Чаюн, Г.М. Богославець, НС. Довгаль, Л.Л. Стасюк, І.Ю. Бондар; за заг. ред.. проф.. Н.М. Ушакової. – К.: Київ. нац. тог.-екон. ун-т, 2005. – 569 с.

84. Gutenberg, Erich: [Ruckblicke]. Manuskript. Koln 1983, S. 872.

85. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: Підручник. – Київ. нац. торг.-екон. ун-т – К.: КНТЕУ, 2005. – 823 с.

86. Журавльова Ю. Класифікація факторів впливу на платоспроможність підприємства // Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. – 2005. - №4 – с. 60- 67.

87. Мелушова И.Ю. Систематизация факторов, влияющих на формирование финансовых результатов в предприятиях торговли // Экономика і регіон: Наук. вісн. ПНТУ ім. Ю. Кондратюка – 2006. - № 3 (10) – С. 109-112.

88. Мелушова І.Ю. Вплив облікової політики на фінансові результати підприємства // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: Зб. наук. пр. – Вип. 1. – Харків: ХДУХТ, 2005. – С. 233-239.

89. Тарасова Т.А. «Организационно-методические аспекты учета и анализа товародвижения в предприятиях розничной торговли» / диссерт. работа на соискание уч. степени канд. эк. наук / ХГАТОП, 2001.

90. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку: Нормативна база. – Х.: Курсор, 2001 - 138 с.

91. Ловінська Л. Гроші в сучасній системі бухгалтерського обліку // «Економіка України» - 2004.- № 2 – 96-104 с.

92. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 512 с.

93. Грузинов В.П. и др. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.П. Грузинова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2003. – 535 с.
94. Сно К.К. Управленческая экономика: Пер. С англ.. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 671 с.
95. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией. – М.: Русская Деловая Литература, 1998. – 768 с.
96. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / Питер Друкер. – Пер. с англ. М. Котельниковой. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 288 с.
97. Peter F. Druker, «A New Discipline», Success: January-February 1987, p.
98. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий: Пер. С англ.. – М.: Радио и связь, 1993. – 314 с.
99. Управление по результатам / Пер. с финск.; Под ред. Я.А. Леймана. М.: Издательская группа «Прогресс», 1993. – 320 с.
100. Porter M.E. How Competitive Forces Shape Strategy // Harvard Business Review.- 1979. Vol. 57. - No.2.
101. Porter M.E. Competitive Strategy // Techniques for Analyzing Industries and Competitors.- New York: The Free Press, 1980.
102. Porter M. E. Competitive Advantage // The Free Press.- New York, 1985.
103. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність. – К.: КНТЕУ, 2002. – 302 с.
104. Schmalenbach, Eugen: Die Privatwirtschaftslehre als [Kunstlehe]. In: Zeitschrift für handelswissenschaftliche Forschung (5) 1911/12, S.304-316. Wiederabgedruckt in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, N. F. (22) 1970, S. 490-498.
105. Ласточкин Ю.В., Ицкович И.И. Модели управления добавленной стоимостью и прибылью в крупных производственных компаниях // Экономика и математические методы. – 2005 - том 41, №2, с. 64-73
106. Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент : В 2-х т./ Пер. с англ. Под редакци Мейер, Маршал В ей И.И. Елисеевой, В.Л. Тамбовцева. СПб.: Экономическая школа, 2001. Т.1. 468 с.
107. Берман, Барри, Эванс, Джоэл, Р. Розничная торговля: стратегический подход, 8-е издание. : Пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1184 с.
108. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: «Дело», 1992. – 702 с.

109. Стратегическое управление организационно-экономической устойчивостью фирмы: Логистикоориентированное проектирование бизнеса /А.Д. Канчавели, А.А. Колобов, И.Н. Омельченко и др.; Под ред. А.А. Колобова, И.Н. Омельченко. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2001. – 600 с.

110. Анискин Ю.П. Финансовая активность и стоимость компании: аспекты планирования / Ю.П. Анискин, А.Ф. Сергеев, М.А. Ревякина; Под ред. Ю.П. Анискина / МИЭТ (ТУ); Междунар. Акад. Менеджмента; Ин-т экономики, управления и права – М.: Омега-Л, 2005. – 240 с.

111. Власова Н.О. Оцінка ефективності господарсько-фінансової діяльності підприємств громадського харчування. – Харків: ХДАТОХ, 1998. – 127 с.

112. Мейер, Маршал В. Оценка эффективности бизнеса / Пер. с англ. А.О. Корсунский. – М.: ООО «Вершина», 2004. – 272 с.

113. Єлисеєва О.К. Методологія управління ефективністю роботи підприємства // Статистика України. – 2004. № 3. – 66-71.

114. Герасимчук В.Г. Развитие предприятия: диагностика, стратегия, эффективность. – К.: Вища школа, 1995. – 267 с.

115. Мелушова І.Ю. Фінансові результати – базові показники фінансового аналізу підприємств торгівлі // Прогресивні ресурсозберігаючі технології та їх економічне обґрунтування у підприємствах харчування. Економічні проблеми торгівлі: Зб. наук. пр. – Ч. 2 – Харків: ХДУХТ, 2003. – С. 330-337.

116. Общая теория статистики. Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности: Учебник / Под ред. О.Э. Башиной, А.А. Спирина. – 5-е изд., доп. и переаб. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 440с.

117. Елисеєва И.И., Юзбашев М.М. Общая теория статистики: Учебник / Под ред. чл.-корр. РАН И.И. Елисеевой. – 4-е изд., переаб. И доп. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 480 с.

118. Теорія статистики: Навч. посіб. / Вашків П.Г., Пастер П.І., Сторожук В.П., Ткач В.І. – К.: Либідь, 2001. – 320 с.

119. Мелушова І.Ю. Вплив зовнішніх факторів на фінансові результати підприємств торгівлі // Прогресивні ресурсозберігаючі технології та їх економічне обґрунтування у підприємствах харчування. Економічні проблеми торгівлі: Зб. наук. пр. – Ч. 2. – Харків: ХДУХТ, 2004. – С. 242-248.

120. Андрущак Є. М. Діагностика банкрутства українських підприємств // Фінанси України. – 2004 . № 9. – С. 118-124.

121. Білошкурський М.В. Деякі особливості діагностики кризового стану підприємства // Актуальні Проблеми Економіки. – 2005. - № 3. – С.85-89.
122. Сорокина М.В. Менеджмент торгового підприємства. – СПб.: Питер, 2003. – 528 с.
123. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: Монографія. – К.: КДТЕУ, 2001. – 580 с.
124. Завгородняя А.В. Диагностика и моделирование среды фирмы. – СПб.: СПбГУЭФ, 1999. – 300 с.
125. Фролова Л.В., Садеков А.А. Торгівля в системі ринкових відносин: логістичний підхід // Вісн. Технол. ун-ту Поділля. Екон. науки. 2003. – Вип. 2, т. 1. – с. 86 – 89.
126. Статистичний щорічник України за 2006 рік. /Державний комітет статистики України. – К.: «Консультант», 2007. - 576 с.
127. Статистична інформація Держкомстату України // Інтернет ресурс. –<http://www.ukrstat.gov.ua/operativ> - 2001-2007.
128. Панченко В.М. Системный анализ. Метод имитационного моделирования. – М.: В.М. Панченко, 2005. – 131 с.
129. Вітлінський В.В. Моделювання економіки: Навч. Посіб. – К.: КНЕУ, 2003. – 408 с.
130. Анализ экономики. Страна, рынок, фирма. Под ред. проф. В.Е. Рыбалкина. – М.: Междунар. отношения, 1999. – 304 с.
131. Кузин Б., Юрьев В., Шахдинаров Г. Методы и модели управления фирмой. – СПб: Питер, 2001. – 432 с.
132. Гинзбург А.И. Прикладной экономический анализ. – СПб.: Питер, 2005. – 320 с.
133. Медведєв М.Г. Економетричні методи моделювання: Навч. посіб. – К.: Вид-во Епроп. ун-ту, 2003. – 140 с.
134. Фролова Л. Логістичний підхід до формування збалансованої системи показників // Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. –2005.-№5.–с.52 – 59.
135. Анфилатов В.С., Емельянов А.А, Кукушки А.А. Системный анализ в управлении. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 367 с.
136. Мелушова І.Ю. Кореляційний аналіз внутрішніх чинників, що формують фінансові результати у підприємствах роздрібної торгівлі // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: Зб. наук. пр. – Вип. 1(3). – Харків: ХДУХТ, 2006. – С. 137-143.

137. Азарин Е.М. Потребительский рынок: становление и развитие / НАН Украины; Институт экономики и промышленности. – Донецк, 2002. – 304 с.

138. Жогова Н.В. Эффективное управление предприятием – важнейшее условие обеспечения его экономического роста // Вісник Донецького ун-ту. – Сер. В, Економіка і право. – 2004.- № 2. – с. 52-59.

139. Дудар А. Основні напрямки розвитку системи управління фінансовими результатами діяльності торговельно-виробничої фірми //Банк. справа. – 2003. - №5. – с. 36 -50.

140. Бочаров В.В. Финансовый инжиниринг. – СПб.: Питер, 2004.–400 с.

141. Крылов Э.И., Мальцева А.В., Марцулеву Л.М. Маржинальный анализ себестоимости и прибыли. — СПб.: СПбГУЭФ, 2000. — 117 с.

142. Карпова Т.П. Управленческий учет. — М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998.- 350с.

143. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 479 с.

144. Булгакова Л.Н. Операционный левиредж. Золотое правило экономики. Теория и практика // Финансовый менеджмент. – 2001ю - № 4. – с.11-18

145. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы / Пер. с франц. Под ред.. проф.. Я.В. Соколова, - М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 576 с.

146. Крейнина М.Н. Критический объем продаж: значение, сущность, величина // Финансовый менеджмент. – 2001. - № 6. – с. 14-21.

147. Литвин М.И. Прогнозирование прибыли на основе факторной модели // Финансовый менеджмент. – 2002. - № 6. – с. 9-16

148. Brigham Eugene F. Fundamentals of Financial Management. - 6-th Edition. – The Dryden Press, 1992

149. Brigham E. F., Gapenski L.C. Intermediate Financial Management. - 4-th ed. – The Dryden Press, 1993

150. Крейнина М.Н. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия//Я — бухгалтер, 1998. — № 12.

151. Заров К.Г. Операционный левиредж как универсальный инструмент принятия управленческих решений //Финансовый менеджмент.– 2006.-№ 1.– с.14– 19.

152. Крейнина М.Н. Операционный левиредж как инструмент планирования прибыли от продаж / Финансовый менеджмент № 1. – 2002

153. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник / Под ред. Е.С. Стояновой. – М.: Издательство «Перспектива», 2000. – 312 с.

154. Корнєв В.Л. Дослідження впливу ціни на прибутковість діяльності підприємства //Актуальні проблеми економіки. – 2005. - №2. – с. 92 – 98.

155. Корнєв В.Л. Обґрунтування прибутку підприємства з урахуванням рівня ціни на продукцію//Актуальні проблеми економіки.–2005.-№3.–с.97–103.

156. Андрейчиков А.В., Андрейчикова О.Н. Анализ, синтез, планирование решений в экономике. – М.: Финансы и статистика, 2000.–368с.

157. Санталайнен Т., Воутилайнен Э. Управление по результатам: Пер. с финск. – М.: Прогресс, 1996. – 432 с.

158. Статистичний збірник «Роздрібна торгівля України у 2006 році» / Державний комітет статистики України – к.: 2007. – 203 с.