

Одеська національна академія харчових технологій
Міністерство освіти і науки України

Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича
Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ПОВЕРЖУК УЛЯНА-ЮЛІЯ МИКОЛАЇВНА

Гриф

Прим. №__

УДК 338.45

**ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО
ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ
ГОСПОДАРЮВАННЯ**

**08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)**

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

У.-Ю.М.Повержук

Науковий консультант Зибарева Оксана Василівна, доктор економічних наук,
доцент

Чернівці – 2018



Всі примірники дисертації вчений секретар СВР Ф.М. 088.05
Ч.В. Крутиця

АНОТАЦІЯ

Повержук У.-Ю. М. Формування та розвиток фінансово-економічного потенціалу підприємств в сучасних умовах господарювання.

– Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича. – Одеська національна академія харчових технологій. – Одеса, 2018.

Дисертація присвячена поглибленню теоретичних основ і розробці практичних рекомендацій щодо формування і розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств в сучасних умовах господарювання. Удосконалено економічний зміст поняття "фінансово-економічний потенціал підприємства". Визначено комплекс чинників, що впливають на формування фінансово-економічного потенціалу підприємства. Встановлено, що ємність ринку хлібобулочних виробів значно більше за обсягом, ніж відображається в офіційній статистиці. Встановлено такі причини такого явища: виробництво хліба та хлібопекарської продукції підприємствами, які не декларують своєю основною діяльністю виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво хліба та хлібопекарської продукції підприємствами, що застосовують спрощену систему оподаткування; самостійне випічки хліба населенням в домогосподарствах.

Об'єктом дослідження є процеси формування фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості. Предметом дослідження є теоретико-методологічні основи формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості. В даний час, у контексті сучасних глобалізаційних процесів, розробка стратегії досягнення перспективного рівня фінансово-економічного потенціалу підприємства стимулює перспективи розвитку та ефективного функціонування господарюючих суб'єктів.

Визначено, що при трактуванні змісту поняття “потенціал підприємства” вітчизняні та зарубіжні вчені, а також автори словників найчастіше використовують такі поняття, як „можливості”, „ресурси”, „засоби” та „умови” підприємства, що використовуються для досягнення його „цілей”, забезпечення економічних та матеріальних благ.

На підставі дослідження визначень понять у словниках, енциклопедіях, працях вітчизняних і зарубіжних науковців сформовано узагальнену сутність категорії „економічний потенціал”, як сукупність наявних ресурсів і можливостей, за допомогою яких реалізується максимально можливий обсяг виробництва, забезпечується розширене відтворення та досягаються відповідні цілі діяльності господарюючого суб’єкта на ринку, суспільні потреби та соціально-економічний прогрес суспільства.

Доведено, що трактуванню поняття „потенціал підприємства” відповідає підхід „динамічних здатностей”, відповідно до якого компанії досягають забезпечення сталих конкурентних переваг шляхом використання активної політики управління наявними можливостями і завдяки врахуванню змін у зовнішньому середовищі компанії. На основі дослідження наукових праць удосконалено економічний зміст поняття „фінансово-економічний потенціал підприємства” як системи управління наявними фінансовими ресурсами, визначення джерел їх залучення та вибору напрямів інвестування відповідно до наявних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища з метою отримання максимально можливого фінансового результату, а також реалізації цілей і напрямів розвитку підприємства.

Встановлено, що фінансово-економічний потенціал підприємства формується на базі функціонального взаємозв’язку фінансового та економічного потенціалів, враховуючи специфічні особливості кожного з них. Фінансово-економічний потенціал пов’язаний з процесом залучення фінансових ресурсів, їх залученням та використанням, а також тісно пов’язаний з інвестиційною складовою стратегії компанії.

До складових формування і розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства включено виробничий, маркетинговий, фінансовий, інвестиційний субпотенціали.

Дотримання принципів оцінки фінансово-економічного потенціалу дозволить реалізувати наявні та приховані можливості підприємства, наростити фінансові ресурси з метою їх подальшого використання та забезпечення фінансової стабільності, стійкості, платоспроможності та конкурентоспроможності підприємства на ринку. До них віднесено: цілісність, комплексність та системність; гнучкість; диверсифікованість ризиків; створення умов для нарощування внутрішніх фінансових ресурсів; науковість та інформаційне підґрунтя прийнятих управлінських рішень; дієвість та результативність.

Систематизовано методичні підходи до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства, серед яких виокремлено методи формалізованого представлення, якісні методи, комплексні методи. Розроблено модель визначення методики оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства, якою запропоновано інтегральний метод оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства, що включає в себе методики оцінки кожного з субпотенціалів: виробничого, маркетингового, фінансового, інвестиційного. Для аналізу фінансово-економічного потенціалу обрано вітчизняні підприємства хлібопекарської промисловості, оскільки хлібопекарська галузь грає значну соціальну і стратегічну роль у житті суспільства та є провідною галуззю харчової промисловості України.

Систематизовані методичні підходи до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства, серед яких виділені методи формалізованого представлення, якісні методи, комплексні методи. Розроблено модель визначення методики оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства, яким запропоновано інтегральний метод оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства, включає в себе методики оцінки кожного з субпотенціалів: виробничого, маркетингового, фінансового, інвестиційного.

Встановлено, що ємність ринку хлібопекарських виробів є значно більшою за обсягом, ніж відображається у офіційній статистиці. Сектор „тіньового ринку” хлібопекарської промисловості України, що відображає невраховані у даних органів статистики обсяги виробленої хлібопекарської продукції, продовжує зростати з 2013 року (66,0%) і до 2017 року (75,5%). Встановлено наступні причини такого явища: виробництво хліба та хлібопекарської продукції підприємствами, які не декларують своєю основною діяльністю виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво хліба та хлібопекарської продукції підприємствами, які застосовують спрощену систему оподаткування; самостійне випікання хліба населенням в домогосподарствах.

Фінансово-економічний потенціал відіграє особливу роль в діяльності підприємств. За допомогою розробленого комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства можуть виявити слабкі місця господарської діяльності та з'ясувати перспективні можливості для свого розвитку.

На розвиток і результативність функціонування фінансово-економічного потенціалу підприємства впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори. Внутрішні фактори відображають виробничу спроможність підприємства, його інвестиційну активність та фінансову стабільність. Зовнішні фактори залежать від постачальників борошна, законодавства та загального стану економіки держави. З метою кількісного визначення залежності між показниками діяльності підприємства та зовнішніми факторами, що впливають на його діяльність, розроблено модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів.

Використання моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів є доцільним при виборі ціни постачання продукції, оцінці діяльності підприємства у разі очікуваного підняття валютного курсу, визначення впливу зростання поточних витрат, а також при побудові оперативних планів та стратегії діяльності компанії.

Згідно проведеного SWOT-аналізу, можливостями розвитку вітчизняних хлібопекарських підприємств є відміна адміністративного стримування цін на хліб; розробка нових технологій; поява нових ринків для збуту; використання засобів інтернет-маркетингу. Особливістю продукції галузі є необхідність працювати в умовах „виробництво = споживання” у зв’язку з коротким термом зберігання готової продукції, яка повинна бути реалізована протягом одного-двох днів. Важливим для підприємств хлібопекарської галузі є зручність розміщення точок збуту готової продукції, постійне вивчення смаків споживачів, впізнаваність торгової марки, а також забезпечення високої якості виготовленої продукції. Врахування ринкових ризиків та використання можливостей для розвитку зумовлюють високий рівень фінансово-економічного потенціалу підприємств.

Формування і розвиток як загального фінансово-економічного потенціалу, так і його складових частин, можливий за умови розроблення ефективної стратегії. За результатами дослідження побудовано дерево цілей розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства та розроблено комплексний підхід, що включає в себе дослідження стратегії розвитку виробничого, маркетингового, інвестиційного та фінансового потенціалів та комплекс заходів з метою їх досягнення.

Вжиття заходів з метою досягнення оптимальних результатів підприємства при правильній зовнішній політиці зможуть забезпечити йому перспективний рівень фінансово-економічного потенціалу підприємства.

Розроблено комплексний підхід до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства, що дозволяє визначити функціональну взаємопов’язану сукупність виробничого, маркетингового, інвестиційного, фінансового потенціалів та ґрунтується на використанні трьох моделей розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства: залежно від внутрішніх факторів розвитку, залежно від ринкових взаємовідносин та залежно від загальноринкових факторів.

За результатами дослідження побудовано дерево цілей розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства та розроблено комплексний підхід, що включає в себе дослідження стратегії розвитку виробничого, маркетингового, інвестиційного і фінансового потенціалів і комплекс заходів по їх досягненню. Розроблено стратегію досягнення перспективного рівня фінансово-економічного потенціалу підприємства. Визначено стратегічні пріоритети розвитку фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України.

Ключові слова: потенціал підприємства, хлібопекарські підприємства, стратегія розвитку, модель оцінки потенціалу, фінансово-економічний потенціал підприємства.

SUMMARY

Poverzhuk U.-Y. M. Formation and development of financial and economic potential of enterprises in modern economic conditions. – Qualifying scientific work on the rights of manuscripts.

Dissertation for the degree of candidate of economic sciences, speciality 08.00.04 — Economics and management (by kinds of economic activity). – Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. – Odessa National Academy of Food Technologies. – Odessa, 2018.

The dissertation is devoted to deepening of theoretical bases and development of practical recommendations concerning formation and development of financial and economic potential of enterprises in modern conditions of management. Improved economic content of the concept of "financial and economic potential of the enterprise". The complex of factors influencing formation of financial and economic potential of the enterprise is determined.

The object of research is the financial and economic potential of enterprises. The subject of the study is theoretical and methodological basis for the formation and development of financial and economic potential of enterprises in modern economic conditions.

In a market economy for the enterprise, it is important not only stable, uninterrupted work and execution of planned tasks, but also opportunities for development and improvement. At present, in the context of modern globalization processes, the development of a strategy for achieving a promising level of financial and economic potential of an enterprise stimulates the prospects of development and effective functioning of economic entities.

The activities of business entities should be aimed at using scientific methods in order to formulate current and future development plans by which they will be able to meet their needs.

The concept of the potential of economic entities in the studies of domestic and foreign scientists has undergone a long evolution of development. It is determined that when interpreting the concept of „enterprise potential” domestic and foreign scientists, as well as dictionaries most often use concepts such as „opportunities”, „resources”, „means” and „conditions” of the enterprise used to achieve its goals. Providing economic and material benefits.

On the basis of the study of definitions of concepts in dictionaries, encyclopedias, and the works of domestic and foreign scholars, the generalized essence of the category „economic potential”, as a set of available resources and opportunities, through which the maximum possible volume of production is realized, provides extended reproduction and reaches the relevant objectives of the business sub In the market, social needs and socio-economic progress of society.

In foreign literature, there is no single category of „enterprise potential”, foreign scientists consider the potential of the enterprise as a „business opportunity”, „ability” and „power” of the enterprise. The concept of „potential of the enterprise” most closely resembles the domestic interpretation of the concept of „dynamic capabilities”, according to which companies achieve sustainable competitive advantages through the use of active policy of managing existing opportunities and taking into account changes in the company's external environment.

On the basis of the study of scientific works, the economic content of the concept „financial and economic potential of the enterprise” as a system of

management of available financial resources, determination of sources of their attraction and choice of investment directions in accordance with existing factors of the internal and external environment with the purpose of obtaining the maximum possible financial result, as well as realization goals and directions of enterprise development.

It is established that the financial and economic potential of the enterprise is formed on the basis of the functional interconnection of financial and economic potential, taking into account the specific features of each of them. The financial and economic potential is connected with the process of attracting financial resources, their attraction and use, and also closely linked with the investment component of the company's strategy.

Adherence to the principles of evaluation of financial and economic potential will allow to realize existing and hidden possibilities of the enterprise, increase financial resources for the purpose of their further use and ensure financial stability, stability, solvency and competitiveness of the enterprise in the market. These include: integrity, complexity and systemicity; flexibility; diversification of risks; creation of conditions for the increase of internal financial resources; scientific and informational basis of the accepted managerial decisions; efficiency and effectiveness.

The methodical approaches to assessing the financial and economic potential of the enterprise are systematized, among which the methods of formalized representation, qualitative methods, complex methods are singled out. A model for determining the methodology for assessing the financial and economic potential of an enterprise is proposed, which proposes an integrated method for assessing the financial and economic potential of an enterprise, which includes methods for evaluating each of the sub-potentials: production, marketing, financial, investment.

The domestic enterprises of the baking industry have been selected for the analysis of financial and economic potential, as the baking industry plays a significant social and strategic role in the life of society and is a leading branch of the food industry in Ukraine.

Based on official data on the consumption of bread and cereal products, as well

as the volume of sold bread and bakery products of short-term storage, it was established that the capacity of the bakery market is significantly larger than it is shown in official statistics. The sector of the „shadow market” of the baking industry of Ukraine, reflecting the volume of bakery products not taken into account by these statistical offices, continues to grow from 2013 (66.0%) and until 2017 (75.5%). The following causes of such a phenomenon: the production of bread and bakery products by enterprises that do not declare their main activity in the production of bread and bakery products; the production of bread and bakery products by enterprises that use the simplified taxation system; self-baking bread by households in households.

The financial and economic potential plays a special role in the activities of enterprises. With the help of the developed integrated approach to assessing the financial and economic potential of enterprises, they can identify weaknesses in economic activity and identify prospective opportunities for their development.

The development and effectiveness of the functioning of the financial and economic potential of enterprises are influenced by both external and internal factors. Internal factors reflect the production capacity of the enterprise, its investment activity and financial stability. External factors depend on suppliers of flour, legislation and the general state of the state economy. In order to quantify the dependence between the indicators of the company's activities and external factors influencing its activities, a model for assessing the financial and economic potential of the enterprise, depending on market factors, has been developed.

The use of a model for assessing the financial and economic potential of an enterprise depending on market factors is appropriate in choosing the price of supply of products, assessing the activity of the enterprise in the event of expected appreciation of the exchange rate, determining the impact of the growth of current expenses, as well as the construction of operational plans and strategy of the company. According to the SWOT analysis, the possibilities of development of domestic bakery enterprises are the abolition of administrative restraining of prices for bread; development of new technologies; the emergence of new markets for sales; using internet marketing tools.

A feature of the industry's products is the need to work in „production = consumption” due to the short term storage of finished products, which should be implemented within one to two days. Important for the bakery industry is the convenient location of the points of sale of finished products, the constant study of consumers' tastes, recognition of the brand, as well as ensuring the high quality of the manufactured products.

Formation and development of both the overall financial and economic potential, and its components, is possible provided that an effective strategy is developed. According to the results of the study, a tree of goals for the development of the financial and economic potential of the enterprise was built and a comprehensive approach was developed, including research of the strategy of development of production, marketing, investment and financial potential and a set of measures aimed at achieving them.

An integrated approach to assessing the financial and economic potential of the enterprise is developed, which allows to determine the functional interrelated set of production, marketing, investment, financial potential and is based on the use of three models of development of financial and economic potential of the enterprise: Depending on the internal factors of development, depending on market relations and depending on common market factors.

According to the results of the study, the tree of the goals of development of the financial and economic potential of the enterprise was constructed and a comprehensive approach was developed, including research of the strategy of development of production, marketing, investment and financial potentials and a set of measures for their achievement. The strategy for achieving a promising level of financial and economic potential of the enterprise is developed. The strategic priorities of development of financial and economic potential of bakery enterprises of Ukraine are determined.

Key words: enterprise potential, bakery enterprises, development strategy, model of potential estimation, financial and economic potential of the enterprise.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії, розділи у монографіях:

1. Повержук У.-Ю.М. Економічна сутність та форми функціонування фінансово-економічного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. Оцінка розвитку хлібопекарської промисловості в контексті формування валової доданої вартості областей України. *Особливості управління підприємствами в умовах глобальних викликів* / за заг. ред. О. В. Зибаревої. Чернівці, 2016. С.29-45. (0,93 д.а.), С. 221-227. (0,44 д.а.).

Статті у наукових фахових виданнях:

2. Повержук У.-Ю.М. Дослідження наукових підходів до розуміння сутності понять „потенціал” та „економічний потенціал” підприємства. *Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки*. 2015. Вип. 1 (28). С. 177-184. (0,40 д.а.).

3. Повержук У.-Ю.М. Дослідження науково-методичних підходів та форм оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2016. т. 21. Вип. 6 (48). С. 95-98. (0,47 д.а.).

4. Повержук У.-Ю.М. Оцінка розвитку хлібопекарської промисловості в контексті формування валової доданої вартості областей України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 9. С. 129-132. (0,56 д.а.). *(включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus)*.

5. Повержук У.-Ю.М. Управління підприємствами хлібопекарської галузі в умовах невизначеності ринку. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. №3 (11). С. 94-99. (0,70 д.а.) *(включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus)*.

6. Повержук У.-Ю.М. Побудова моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 5 (11). Ч.2. С. 10-14.

(0,58 д.а.).

7. Повержук У.-Ю.М., Зибарева О.В., Шилепницький П.І. Комплексний підхід до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства. *Вісник ЧТЕІ. Економічні науки*. 2018. Вип. I-II (69-70). С. 100-106. (загальний обсяг – 0,81 д.а., особистий внесок – 0,70 д.а.: розроблено моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства) **(включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus)**.

8. Повержук У.-Ю.М. Концептуальні засади побудови стратегії формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 20. URL: <http://www.maket-infr.od.ua/uk/20-2018> (дата звернення: 20.09.2018) (0,70 д.а.) **(включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus)**.

Статті у інших виданнях:

9. Повержук Ю.М., Скляр Є.В., Баєва І.І. Сучасні тенденції та регіональні особливості інвестиційної діяльності підприємств Чернівецької області. *Аспекти прогнозування економічного та соціального розвитку країн*. 2013. Ч.2. С. 77-81. (загальний обсяг – 0,29 д.а., особистий внесок – 0,20 д.а.: визначено особливості інвестиційної діяльності підприємств Чернівецької області).

10. Повержук Ю.М., Лисенко Ж.П. Вітчизняні та зарубіжні методичні підходи до діагностики банкрутства підприємств. *Проблеми інноваційного розвитку економіки України*. 2014. Ч.2. С. 195-199. (загальний обсяг – 0,29 д.а., особистий внесок – 0,20 д.а.: узагальнено методичні підходи до діагностики банкрутства підприємств).

11. Повержук Ю.М., Юрій Е.О. Оцінка та напрями покращення фінансового стану підприємств України. *Кримський економічний вісник*. 2014. №1 (08). Ч.2. С. 130-132. (загальний обсяг – 0,47 д.а., особистий внесок – 0,40 д.а.: розкрито напрями покращення фінансового стану підприємств України).

Матеріали доповідей на науково-практичних конференціях:

12. Повержук Ю. М., Корбутяк А. Г. Сутність і значення інтегральної оцінки фінансового стану підприємства. *Механізми регулювання соціально-економічним розвитком в умовах глобалізації*: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. мол. вчених та студ., 21 бер. 2014 р. Чернівці: Технодрук, 2014. С. 272-275. (0,23 д.а.).

13. Повержук У.-Ю.М. Структура економічного потенціалу підприємства. *Економіка і менеджмент 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку*: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 23-24 квіт. 2015 р.: у 9 т. Дніпропетровськ: Біла К.О., 2015. Т.4. С. 53-55. (0,17 д.а.).

14. Повержук У.-Ю.М. Проблема використання поняття „потенціал підприємства” в іноземній економічній літературі. *Національне виробництво й економіка в умовах реформування: стан і перспективи інноваційного розвитку та міжрегіональної інтеграції*: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 30 жовт. 2015 р., м. Кам'янець-Подільський. Тернопіль: Крок, 2015. С. 289-292. (0,28 д.а.).

15. Повержук У.-Ю.М., Зибарева О.В. Фактори впливу на формування фінансово-економічного потенціалу підприємства. *Прогнозування економічного та соціального розвитку національної економіки*: матеріали доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., 22 квіт. 2016 р. Запоріжжя: Гельветика, 2016. С. 93-96. (0,23 д.а.).

16. Повержук У.-Ю.М. Оцінка конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі України. *Конкурентоспроможність національної економіки: показники, фактори впливу та шляхи підвищення*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 30 вересня 2016 р. Київ: Київський економічний науковий центр, 2016. С. 75-79. (0,23 д.а.).

17. Повержук У.-Ю.М. Стратегії розвитку фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств. *Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці*: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 19 жовт. 2017 р. Полтава: ПУЕТ, 2017. С. 85-87. (0,17 д.а.).

18. Повержук У.-Ю.М. Ризики діяльності підприємства в сучасних

умовах господарювання. *Економічне зростання: стратегія, напрями і пріоритети*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 22-23 вересня 2017 р. Запоріжжя: Східноукраїнський інститут економіки та управління, 2017. – С. 11-13. (0,17 д.а.).

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	11
1.1. Еволюція наукових підходів до сутності понять „потенціал підприємства”, „економічний потенціал”, „фінансово-економічний потенціал підприємства”	11
1.2. Структура, класифікація та принципи організації функціонування фінансово-економічного потенціалу підприємства в сучасних умовах	31
1.3. Науково-методичні підходи та форми оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства в умовах невизначеності ринку	44
Висновки до розділу 1	56
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	59
2.1. Дослідження розвитку підприємств хлібопекарської промисловості в контексті формування валової доданої вартості регіону	59
2.2. Оцінка фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості на базі оцінки впливу внутрішніх і зовнішніх факторів	88
2.3. Моделювання управління фінансово-економічним потенціалом підприємства в умовах невизначеності ринку	105
Висновки до розділу 2	119
РОЗДІЛ 3. СУЧАСНА ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В НОВІТНІХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	123
3.1. Концептуальні засади побудови стратегії формування та розвитку фінансово-економічним потенціалу підприємства в умовах трансформації зовнішнього середовища	123
3.2. Удосконалення методики оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства в контексті визначення альтернатив його розвитку	135
3.3. Аналітичне моделювання фінансово-економічного потенціалу в системі стратегічного управління підприємством	159
Висновки до розділу 3	181
ВИСНОВКИ	185
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	189
ДОДАТКИ	211

ВСТУП

Актуальність теми. Залежність від зовнішніх кредиторів, недостатній обсяг залучених іноземних інвестицій, нестабільність національної валюти та інші ризики впливають на діяльність вітчизняних підприємств та обмежують їхнє зростання. Саме економічний розвиток суб'єктів підприємницької діяльності України виступає однією з невід'ємних і потужних складових вітчизняної господарської системи, важливим елементом резерву соціально-господарського зростання та розвитку. Проблеми управління потенційними можливостями підприємств актуалізовані сучасними динамічними процесами розвитку економіки. Однією з умов активізації підприємницької діяльності є забезпечення розвитку фінансово-економічного потенціалу. Реалізація фінансово-економічного потенціалу, конкурентних переваг підприємств, істинної ролі підприємництва, належить до значимих складових загального економічного розвитку країни, здатна підвищити стійкість до ринкових викликів і загроз, а також сприяти виведенню підприємницької діяльності на траєкторію упевненого зростання.

У сучасних умовах господарювання важливе значення відіграє трансформація ролі окремих складових фінансово-економічного потенціалу, а саме виробничого, маркетингового, інвестиційного та фінансового потенціалів вітчизняних підприємств. Досягнення належного рівня фінансово-економічного потенціалу є важливим для діяльності кожного підприємства, оскільки характеризує з одного боку, стан використання і розвитку внутрішніх можливостей підприємства, з іншого боку – реагування підприємства на зовнішні загрози, що виникають на ринку в процесі взаємодії з іншими господарюючими суб'єктами та державою.

Вагомий внесок у формування теоретичних засад і прикладних рекомендацій стосовно оцінки потенціалу підприємства займалися такі автори, як Б.Артем'єв, Б.Бачевський, В.Бикова, О.Гопкало, В.Гросул, О.Денисюк, Т.Кібук, Є.Лапін, Г.Макарова, О.Назарова, І.Сіменко, А.Сабадирьова,

Н.Танклевська, Р.Толпежніков, В.Турчак, О.Федонін, А.Ющенко та інші. Концептуальні засади побудови стратегії формування та розвитку потенціалу підприємства досліджували В. Блонська, О. Гончар, О.Зибарева, Ю. Радецький, В.Руммо, Н.Юрик, О. Шпак. В дослідженнях вчених проводиться аналіз окремих складових потенціалу, не приділяючи достатньо уваги дослідженню „фінансово-економічного потенціалу”, що є фінансовим вираженням елементів економічного потенціалу підприємств. В сучасній науковій думці залишаються недостатньо висвітленими питання теоретико-методичних підходів, стратегії формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства. Недостатня розробленість і практична значимість зазначених питань обумовили вибір теми дисертації, визначили її мету, завдання та основні напрями дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконувалась в межах науково-дослідної роботи кафедри економіки підприємства Буковинського державного фінансово-економічного університету за темою „Особливості управління підприємствами в умовах глобальних викликів” (державний реєстраційний номер 0111U009027), де автором обґрунтовано теоретико-методологічні основи формування фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської галузі, запропоновано структуру їх фінансово-економічного потенціалу та проведено оцінку розвитку хлібопекарської промисловості областей України; кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Чернівецького національного університету за темою „Сучасна парадигма розвитку підприємництва та торгівлі в умовах євроінтеграції” (державний реєстраційний номер 011V008899), де автором обґрунтовано наукові підходи щодо аналітично-сценарного моделювання фінансово-економічного потенціалу в системі стратегічного управління підприємством; визначено стратегічні пріоритети розвитку та розроблено концепцію побудови стратегії досягнення перспективного рівня фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є поглиблення

теоретичних засад і розробка практичних рекомендацій щодо формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств в сучасних умовах господарювання.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність розв'язання таких основних завдань:

- визначити сутність поняття „фінансово-економічний потенціал підприємства” з позиції взаємозв'язку між субпотенціалами, що входять до його складу з метою уточнення і доповнення понятійного апарату;

- визначити місце „фінансово-економічного потенціалу” у структурі „потенціалу підприємства” з огляду наукових підходів щодо значення понять „потенціал підприємства” та „економічний потенціал підприємства” в сучасній економічній думці;

- сформулювати принципи оцінки фінансово-економічного потенціалу з позиції можливості впливу керівництва компанії на реалізацію внутрішніх резервів його розвитку;

- дослідити фактори, що впливають на формування фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості в умовах невизначеності ринку;

- систематизувати методичні підходи, які використовуються науковцями при оцінці потенціалу підприємства;

- розробити методику комплексної оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємств як з позиції внутрішнього розвитку, так і враховуючи вплив зовнішнього середовища на діяльність компанії;

- визначити стан та перспективи розвитку фінансово-економічного потенціалу вітчизняних хлібопекарських підприємств;

- розробити стратегію розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості, а також комплекс заходів з метою її досягнення.

Об'єктом дослідження є процеси формування фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні основи формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості в сучасних умовах господарювання.

Методи дослідження. Теоретичною й методологічною основою дослідження є фундаментальні положення економічної теорії, мікроекономіки, теорії управління, праці вітчизняних і зарубіжних науковців, які стосуються формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств.

У дисертації застосовано ряд загальнонаукових і специфічних методів та підходів, що визначило єдність роботи. Зокрема, методи наукового узагальнення (для визначення сутності понять „потенціал підприємства” та „економічний потенціал підприємства” у розділі 1), метод наукових абстракцій (для обґрунтування економічного змісту поняття „фінансово-економічний потенціал підприємства” та визначення місця „фінансово-економічного потенціалу” у структурі „потенціалу підприємства” у розділі 1), історичного та логічного аналізу (для розкриття генезису досліджуваних у розділі 1 понять), методи графічного аналізу (для наочного відображення отриманих у результаті дослідження висновків у розділах 1, 2, 3); SWOT–аналіз (для діагностики можливостей розвитку хлібопекарських підприємств України у розділі 2), кореляційно–регресивний аналіз (для побудови моделей комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства, відображених у розділах 2, 3), метод найменших квадратів (для розрахунку прогнозного значення фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України залежно від загальноринкових факторів у розділі 3), метод Хольта–Уінтерса (при оцінці прогнозного значення фінансово-економічного потенціалу залежно від внутрішніх факторів його розвитку та залежно від його ринкових взаємовідносин за оптимістичним, песимістичним та стабільним сценаріями у розділі 3).

Інформаційною базою дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних дослідників, нормативно-законодавчі акти, науково-методичні матеріали міністерств, інших центральних органів виконавчої влади та

державних установ України, статистичні дані Державної служби статистики України та матеріали спеціалізованих періодичних видань стосовно формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств.

Наукова новизна одержаних результатів дисертаційної роботи полягає в удосконаленні теоретико-методичних положень формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств. Найбільш важливі результати, отримані в процесі дослідження, і їх наукова новизна полягають в наступному:

вперше:

- розроблено комплексний підхід до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства, що дозволяє визначити функціональну взаємопов'язану сукупність виробничого, маркетингового, інвестиційного, фінансового потенціалів та ґрунтується на використанні трьох моделей розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства: залежно від внутрішніх факторів розвитку, ринкових взаємовідносин та загальноринкових факторів;

удосконалено:

- концепцію побудови стратегії досягнення перспективного рівня фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості, в межах якої визначено ключові напрями та види стратегій розвитку потенціалу, їх цілі та комплекс заходів, що забезпечує їхнє досягнення, а також можливі обмеження та перешкоди реалізації обраних стратегій;

- економічний зміст поняття „фінансово-економічний потенціал підприємства” як системи управління наявними фінансовими ресурсами, визначення джерел їх залучення та вибір напрямів інвестування відповідно до наявних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища з метою отримання максимально можливого фінансового результату, а також реалізації цілей і напрямів розвитку підприємства;

- підходи щодо розуміння комплексу факторів, що впливають на

формування фінансово-економічного потенціалу підприємства в контексті взаємозв'язку фінансового та економічного субпотенціалів у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства;

набули подальший розвиток:

- підходи щодо обґрунтування місця „фінансово-економічного потенціалу” у структурі „потенціалу підприємства” і, на відміну від існуючих, передбачають його формування на базі функціонального взаємозв'язку фінансового та економічного потенціалів, враховуючи специфічні особливості кожного з них;

- принципи оцінки фінансово-економічного потенціалу, до яких віднесено цілісність, комплексність та системність; гнучкість; диверсифікованість ризиків; створення умов для нарощування внутрішніх фінансових ресурсів; науковість та інформаційне підґрунтя прийнятих управлінських рішень; дієвість та результативність. Дотримання вказаних принципів дозволить реалізувати наявні та приховані можливості підприємства, наростити фінансові ресурси з метою їх подальшого використання та забезпечення фінансової стабільності, стійкості, платоспроможності та конкурентоспроможності підприємства на ринку;

- методичні підходи до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості, які дозволяють диференціювати потенціал останніх в діапазоні „лідерський – випереджаючий – стійкий – слабкий – залежний”, що дає можливість вибору стратегії розвитку підприємства на перспективу з урахуванням результатів діяльності основних конкурентів в умовах мінливості ринкового середовища;

- підходи щодо аналітично-сценарного моделювання фінансово-економічного потенціалу в системі стратегічного управління підприємством, що дало можливість визначити прогностичні показники фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості залежно від внутрішніх та зовнішніх факторів за оптимістичним, песимістичним та стабільним сценаріями, а також обґрунтувати стратегічні пріоритети розвитку фінансово-

економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості.

Практичне значення отриманих результатів. Основні наукові положення дисертації доведені до рівня методичних і практичних рекомендацій, які дозволяють підвищити ефективність діяльності вітчизняних підприємств. Практичні розробки дисертації мають універсальний характер і можуть бути застосовані в інших сферах бізнесу.

Результати дисертаційної роботи використовуються в практичній діяльності ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” (довідка від 20.12.2017 р. № 57), ФОП Чоботарем В.І. „Міні-пекарня” (довідка від 24.01.2018 р. № 117), ПАТ „Миколаївський комбінат хлібопродуктів” (довідка № 242 від 24.05.2016 р.), ТОВ „Миколаївський хлібозавод №1” (довідка № 118/128/17 від 22.03.2017 р.) – запропонована методика комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємств; Департаменту регіонального розвитку Чернівецької обласної державної адміністрації (довідка від 21.05.2018 р. №01/542) – рекомендації щодо оцінки наявного фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості Чернівецької області. Теоретичні та практичні положення дисертаційної роботи використані в навчальному процесі Буковинського державного фінансово-економічного університету (з 2016 року Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича) при викладанні таких дисциплін: „Потенціал і розвиток підприємства”, „Стратегічне управління підприємством”, „Управління потенціалом підприємства”, „Конкурентоспроможність підприємства”, „Економіка підприємства” (довідка від 25.05.2016 №01-11/506).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійно проведеним науковим дослідженням, в якому відображено авторський підхід до побудови теоретико-методичних основ та рекомендацій щодо вирішення наукового завдання – формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості в сучасних умовах господарювання. Наукові визначення, алгоритми, розрахунки та висновки, одержані автором в процесі аналізу наукових положень, є результатом власних

досліджень. Серед наукових публікацій, виданих самостійно та у співавторстві, в дисертації використані лише ті положення, які є результатом індивідуального дослідження автора.

Апробація результатів дисертації. Основні положення, результати, висновки та пропозиції роботи оприлюднені на наукових і науково-практичних конференціях: „Економіка і менеджмент 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку” (м. Дніпропетровськ, 23-24 квітня 2015 року), „Національне виробництво й економіка в умовах реформування: стан і перспективи інноваційного розвитку та міжрегіональної інтеграції” (м. Кам'янець-Подільський, 30 жовтня 2015 року), „Прогнозування економічного та соціального розвитку національної економіки” (м. Запоріжжя, 22 квітня 2016 року), „Конкурентоспроможність національної економіки: показники, фактори впливу та шляхи підвищення” (м. Київ, 30 вересня 2016 року), „Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці” (м. Полтава, 19 жовтня 2017 року), „Економічне зростання: стратегія, напрями і пріоритети” (м. Запоріжжя, 22-23 вересня 2017 року).

Публікації. За результатами дисертаційного дослідження автором опубліковано 18 наукових праць загальним обсягом 5,49 ум. друк.арк., у тому числі 7 статей у наукових фахових виданнях України (4 з них у фахових виданнях, що входять до міжнародних науково-метричних баз даних Index Copernicus), 3 статті у інших виданнях, 1 розділ у колективній монографії, 7 матеріалів міжнародних науково-практичних конференцій.

Структура та обсяг роботи. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг дисертації становить 210 сторінок. Основний текст роботи викладено на 188 сторінках, у тому числі: 43 таблиці, 22 рисунки (загальним обсягом 32 сторінки), 7 додатків (загальним обсягом 23 сторінки), список використаних джерел складається із 212 найменувань.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Еволюція наукових підходів до сутності понять „потенціал підприємства”, „економічний потенціал”, „фінансово-економічний потенціал підприємства”

Потенціал розвитку певного об'єкта завжди виступав одним з основних елементів оцінки його діяльності. В умовах ринкової економіки важливим є не тільки стабільна, безперебійна робота господарюючих суб'єктів та виконання планових завдань, але й можливості до розвитку та вдосконалення.

На сьогоднішній день у зв'язку з розвитком науки і техніки, зростанням конкуренції на ринку, для того, щоб ефективно функціонувати на ринку підприємства зобов'язані максимально використовувати свій потенціал. Діяльність господарюючих суб'єктів повинна бути спрямована на використання наукових методів з метою формування поточних та перспективних планів розвитку, за допомогою яких вони зможуть задовольнити свої потреби.

Ми живемо в час, коли критеріями успішності підприємства являються його фінансові показники. Проте фінансовий результат не обов'язково пов'язаний з використанням потенціалу. Створений підприємством потенціал несе за собою набагато важливіші наслідки, ніж фінансовий успіх, проте його важче виміряти та оцінити.

Визначення поняття потенціалу підприємства має важливе наукове та практичне значення, оскільки уявлення про його зміст визначає певний підхід до його оцінки, вимірювання, планування та управління ним. Сутнісний зміст поняття „потенціал” пов'язаний з фундаментальними філософськими категоріями „здатність”, „можливість”, „дійсність”, що відображають основні ступені в становленні і розвитку предмета або явища [63, с. 234].

Значення потенціалу є досить багатограним. Розрізняють природно-

ресурсний потенціал, хімічний та фізичний потенціали, а також потенціал людини. Для економіки держави важливим є економічний потенціал регіонів, а також потенціал конкретного виробничого суб'єкта – підприємства.

В ринкових умовах категорія „потенціал” здобуває особливу актуальність як одна з основних характеристик стабільності підприємства і, головне, можливостей його подальшого розвитку [172]. На даний час господарюючі суб'єкти як ніколи зацікавлені в підвищенні ефективності господарювання та максимальному використанні свого потенціалу. Зміцнення економічного потенціалу підприємства дозволить отримати йому конкурентні переваги на ринку та, як наслідок, забезпечити прибутковість своєї діяльності.

Систематизація підходів до визначення сутності поняття „потенціал” є важливим етапом для формування основ подальших досліджень особливостей його формування, оцінювання та використання на підприємстві. Прослідкувавши за еволюцією поняття „потенціал”, можна зробити висновок, що науковці ще не дійшли до кінцевого висновку щодо того, як має звучати єдине вірне визначення „потенціалу” [170, с. 170].

Трактування поняття „потенціал підприємства” є досі неоднозначним. Дослідженням понять „потенціал”, „потенціал підприємства”, „фінансовий потенціал”, „економічний потенціал” займалися займалися ряд вітчизняних та зарубіжних науковців, проте на сьогодні так і не сформовано єдиного їх визначення.

Перш за все необхідно визначити сутність поняття „потенціал”, оскільки даний термін можна розглядати з різних точок зору, виходячи зі сфери вивчення конкретної науки, в межах якої він використовується.

Згідно проведеного аналізу термін „потенціал” у своєму етимологічному значенні походить від латинського слова „potentia” й означає „приховані можливості”, „міць, сила”, які в господарській практиці завдяки праці можуть стати реальністю [170, 172].

Універсальними інформаційними джерелами для розуміння того чи того явища, характеристики понять виступають словники та довідники. У

вітчизняних словниках поняття почало з'являтися у 80-х роках ХХ століття. В додатку А наведено перелік трактувань значення „потенціалу підприємства”, а також пов'язаних з ним понять вітчизняними та іноземними словниками. В табл. 1.1. наведено деякі з них.

Таблиця 1.1

Еволюція трактування поняття „потенціал підприємства” у словниках

Назва	Рік	Визначення
Економічний словник	1973	Потенціал (від лат. <i>potentia</i> – сила) – можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані з певною метою, в якомусь відношенні (напр. економічний потенціал).
Словарь русского языка	1986	Потенціал – ступінь потужності в якому-небудь відношенні, сукупність засобів неоднорідними для будь-чого.
Словник іншомовних слів	2000	Потенціал – сукупність наявних засобів, можливостей у певній галузі тощо.
Гене́за ринкової економіки: терміни, поняття, персоналії	2004	Потенціал (від лат. <i>potentia</i> – сила) – засоби, запаси та джерела, що є у наявності та можуть бути використані для досягнення певної мети, вирішення деякого завдання, а також можливості окремої особи, суспільства та держави в певній галузі.
Новая экономическая энциклопедия	2011	Потенціал – сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, науково-технічні та інші, за допомогою яких можна отримати певні результати, наприклад інтелектуальний потенціал, виробничий потенціал, підприємницький потенціал.

Джерело: складено автором на основі [43, с. 470; 98, с. 548; 162, с. 764; 56, с. 132; 154]

Поняття потенціалу господарюючих суб'єктів у дослідженнях вітчизняних науковців пройшло тривалу еволюцію розвитку (дод. Б). Дослідниками визначено, що вперше поняття „потенціал” ввів в 1924 році український вчений-економіст К.Г. Воблій, використавши його в розумінні потенціалу виробничих сил, які являють собою певні чинники, що перетворюють речі на матеріальні та духовні блага [23, с.128].

На цей час поняття „потенціал” виражається як здатність та можливості системи до певних змін за умов наявності певних ресурсів.

Наведемо окремі визначення поняття „потенціал підприємства”, якими оперують в своїй науковій діяльності вітчизняні та зарубіжні науковці в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Еволюція трактування поняття „потенціал підприємства”
вітчизняними та зарубіжними дослідниками та науковцями

Автор	Рік	Трактування
І.І. Лукінов	1988	Потенціал підприємства – кількість і якість ресурсів, якими володіє та чи інша господарча система.
І.М. Рєпіна	1998	Підприємницький потенціал – сукупність ресурсів, навичок, можливостей персоналу для виробництва товарів, здійснення послуг, отримання максимального доходу і забезпечення сталого функціонування підприємства.
О.С. Федонін	2004	Потенціал підприємства – інтегральне відображення поточних і майбутніх можливостей економічної системи щодо трансформування вхідних ресурсів за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси.
О. К. Добикіна	2007	Потенціал підприємства – це сукупність економічних ресурсів і його виробничих можливостей, що можуть бути використані для досягнення цілей підприємства та його розвитку.
Г.М. Тарасюк	2014	Потенціал підприємства – це сукупність кількісних та якісних характеристик елементів (ресурсів) та їх властивостей, що залучаються у виробництво, формують майбутні можливості, в подальшому використовуються і проявляються у господарських процесах.

Джерело: складено автором на основі [80, с. 15; 153, с.263; 177, с.13; 142, с. 6; 170, с. 175]

Впродовж аналізованого періоду бачимо поступову трансформацію у визначенні поняття „потенціал” від обсягу наявних у господарюючої одиниці ресурсів до можливостей розвитку у кожній із сфер діяльності підприємства.

Проблемою дослідження іноземних джерел виступає те, що зарубіжні вчені та науковці не використовують поняття „potential” в тому ж розумінні, що й українські та російські вчені. Розбіжність термінології створює проблеми для дослідження та впровадження іноземного досвіду в діяльність вітчизняних підприємств.

Аналіз використання іноземних термінів в дослідженні поняття

“потенціал підприємства” наведений в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Аналіз іноземних термінів у визначенні поняття „потенціал”

Підхід	Автор	Визначення
1	2	3
„Capacity” (потужність, здатність, потенціал)	Tekin, M.	Потенціал (потужність) підприємства являє собою певну кількість товарів, які здатне виробляти підприємство; кількість пасажирів, яку може перевезти паром; кількість годин роботи працівника; кількість одиниць продукції, вироблених устаткуванням тощо.
	Üreten, S.	Потенціал (потужність) підприємства є мірою виробничих можливостей компанії. Поняття може бути визначене як обсяг виробництва, який може бути досягнутий протягом певного періоду, або фактори виробництва, що використовуються підприємством.
	Bishop, M.	Потенціал (потужність) – це максимальний обсяг продукції, що може виготовити підприємство чи економіка за допомогою свого обладнання, робітників, капіталу та інших ресурсів.
„Capabilities”, „Business Capability”, „Dynamic capabilities” (можливості, особливості)	Denman, J.	Бізнес-можливості – це вираження потужності підприємства, наявних матеріалів, яких потребує організація для виконання своїх основних функцій.
	Bulut, Z.	Бізнес-можливості визначають здатність організації успішно проводити унікальну бізнес-діяльність.
	Rosen, M., Hasan, K., Spence, J.	Бізнес-можливості – це фундаментальна абстракція для опису бізнес-вимог, а також можливостей процесів та / або систем. Бізнес-можливості описують те, що підприємство робить, а не те як воно це робить. Можливості забезпечують потенціал організації досягати бажаний результат.
	Homann, U.	Бізнес-можливості – це особлива здатність або можливість, якою може володіти підприємство з метою досягнення певного результату.
	Teece D., Breznik L., Eisenhardt, K.	Підхід „динамічних здатностей” – забезпечення сталої конкурентної переваги шляхом переоцінки наявних ресурсів підприємства та використання наявних можливостей і змін у зовнішньому середовищі.
„Potential” (можливий, потенціальний, потенціал)	Güneçikan, Ö.	Можливість, потенція – приховані здібності, які можуть або не можуть бути використані; інвестиції, які мають потенціал до зростання.
	Onasanya, D.	Потенціал зазвичай використовується в трактуванні нереалізованих здібностей. Цей термін описує речі, які можуть бути змінені, починаючи від вивільнення енергії в об'єкті до реалізації здібностей людини
	The Free Dictionary	Потенціал – це можливість, яка ще не існує. Це або вроджена здатність, або можливість для зростання, розвитку та майбутнього успіху. Це ймовірність події, що може трапитися в результаті певних умов

1		2
„Economic potential” (економічний потенціал)	Güneçikan, Ö., Brehova, J	Економічний потенціал визначається кількістю трудових ресурсів та якістю їх професійної підготовки; обсягом виробничих потужностей промислових і будівельних організацій; виробничих потужностей сільського господарства, транспортних засобів; розвитком галузей невиробничої сфери; досягненнями в галузі науки і техніки; розвіданими родовищами корисних копалин; іншими словами, елементами, які у своїй сукупності становлять продуктивні сили суспільства

Джерело: складено автором на основі [192; 205, с. 223; 211; 198; 202, с. 47; 195; 194; 205; 201, 199; 209, 193, 196; 199, 203; 210; 208].

Булут З.А. зазначає, що планування потужності (потенціалу) підприємства розпочинається з моменту створення підприємства. Цей процес включає в себе: визначення поточного та оцінку майбутнього рівнів потужності (потенціалу); визначення факторів, які можуть вплинути на нього; оцінку фінансових, економічних і технологічних показників; вибір потужності, що відповідає цілям підприємства [194].

В той же час, в іноземній науковій літературі поняття економічного потенціалу (economic potential) вживається у значенні наявності в держави факторів, що призведуть до її економічного зростання та не застосовується для господарюючих суб'єктів.

Згідно з дослідженнями Махмуда Текіна, підприємство повинне досягнути такого рівня потенціалу (потужності), щоб бути здатним реагувати на зміни таких факторів господарської діяльності, як попит, фінансові ресурси, місце розташування підприємства, технічні засоби та устаткування, кількість відпрацьованих годин, управління підприємством, витрати і технології. Вибір оптимального потенціалу може бути здійснений за допомогою наступних кроків [208, с. 250]:

- визначення економічного потенціалу;
- визначення кількості економічних зрушень;
- визначення виробничої потужності устаткування;

- визначення обсягу використання ресурсів, напівфабрикатів, витратних матеріалів, які були придбані з метою виробництва готової продукції;
- підготовка плану зростання потенціалу, впровадження нових технологічних розробок з метою запобігання надзвичайних ситуацій на виробництві.

Також іноземні науковці розглядають поняття виробничої потужності (потенціалу) підприємства в розумінні обсягу виробництва, що підприємство здатне реалізувати, раціонально використовуючи доступні виробничі фактори протягом певного періоду часу [198].

Зарубіжні науковці, такі як Д.Дж. Тіс, Л. Брезник, К.М. Ейзенхарт та інші [209, 193, 196], у науковому тлумаченні розвитку підприємств використовують підхід „динамічних здатностей” (the dynamic capabilities view), що досліджує проблему формування стійких конкурентних переваг у сучасному середовищі фірми, яке постійно розвивається. Підхід розкриває механізм забезпечення сталої конкурентної переваги шляхом переоцінки наявних ресурсів підприємства та використання наявних можливостей і змін у зовнішньому середовищі. Формування „динамічних здатностей” компанії створює взаємозв’язок між її внутрішнім ресурсним потенціалом та зовнішніми ринковими можливостями.

Отже, відповідно до основних підходів українських та російських вчених термін „потенціал підприємства” розглядається як наявні ресурси якими володіє підприємство, максимальний обсяг виробництва, а також як сукупність можливостей для досягнення певної мети. В іноземній літературі єдиного поняття немає і воно розглядається як узагальнене поняття „бізнес-можливість”, „здатність” та „потужність” підприємства. Саме визначення „динамічних здатностей”, які дозволяють компанії реалізовувати активну політику управління щодо використання ринкових вимог найбільше відповідає визначенню поняття „потенціал підприємства”, яким його описують українські та зарубіжні вчені.

Дослідження показало, що науковці частіш за все опираються на схожі

поняття при трактуванні термінології, тому в табл. 1.4 наведено статистику використання основних економічних термінів у визначенні поняття „потенціалу підприємства” з наведених у дод. А, Б визначень.

Таблиця 1.4

Оцінка використання основних економічних термінів у визначенні поняття „потенціал підприємства” у деяких словниках, дослідженнях вітчизняних вчених і науковців

	Словники	Праці вчених	Загалом	Відсоток від загальної кількості визначень, %
Можливості	11	17	28	50,0
Ресурси	5	19	24	42,9
Засоби	11	4	15	26,8
Умови	3	7	10	17,9
Цілі	1	7	8	14,3
Економічні, матеріальні блага	0	7	7	12,5
Обсяг виробництва	0	2	2	3,6
Максимальний дохід	0	3	3	5,4
Задоволення потреб/інтересів	0	1	1	1,8
Всього проаналізовано визначень	17	39	56	100,0

Джерело: складено автором на основі [193, 196].

З частини досліджених визначень бачимо, що при трактуванні змісту поняття „потенціал підприємства” вітчизняні та зарубіжні вчені найчастіше використовують такі поняття, як „можливості” (50,0%), „ресурси” (42,9%), „засоби” (26,8%) та „умови” (17,9%) підприємства, що використовуються для досягнення його „цілей” (14,3%), забезпечення економічних та матеріальних благ (12,5%). Автори словників в свою чергу в більшій мірі звертаються до понять „можливості” та „засоби”.

Узагальнення використовуваних підходів до визначення загальної сутності поняття „потенціал”, а не тільки „потенціал підприємства”, також здійснювали М. Ігнатенко та В. Руденко [53]. Вони встановили, що у 42%

випадків використання цього терміну означає сукупність природних умов і ресурсів, можливостей, запасів, засобів та цінностей; у 16% потужність виробництва, фондів, багатств, ресурсів, економічна, природна, регіону; 8% – можливість продуктивних сил досягти певного ефекту; 5% – потенціал природних ресурсів, розвитку господарства; 11% – продуктивність, ефект природних багатств [53].

Полозова Т.В. узагальнюючи дефініції базових понять, робить наголос на перетинання понять „діяльність” і „потенціал” (засоби, запаси, джерела, мета, вирішення задачі, результат, процес). Більш вузькими поняттями називає „активність” (енергійна діяльність, здатність до реакції, посилена діяльність), „привабливість” (властивість приваблювати, викликати інтерес) і „сприйнятливість” (властивість сприймати) [140, с. 104]. Поняття „спроможність” вважає за більш широким від інших, оскільки воно характеризує здатність до здійснення чого-небудь; стан, якість, властивість, що дозволяють здійснювати ті чи інші дії [204].

З вищенаведеного випливає, що вчені розділились в поглядах на виділення підходів до трактування поняття „потенціал підприємства” та розглядають його у різних напрямках:

– ресурсний (основою потенціалу є ресурси), факторний (реалізація потенціалу можлива тільки за певних умов) та цільовий підходи (реалізація потенціалу спрямована на досягнення визначених завдань) [70, с. 107];

– за ознаками „носій – властивість – відношення”: перший характеризується як сукупність умов, ресурсів, тобто носить номінативний аспект потенціалу; другий – відображає атрибутивний аспект та характеризує якісні та кількісні означення потенціалу, включаючи такі значення, як „потужність”, „можливість”, „здатність” [184, с. 104]. Третій аспект — релятивний включає лише шостий з вище перерахованих підходів під назвою „продуктивність” та відображає відношення між потенціалом та його використанням, що у свою чергу є диференціальною характеристикою його ефективності [104; 70, с. 107];

– об'єктивний (трактують як потенційні або наявні можливості підприємства, що забезпечують досягнення поставленої мети), ресурсний (характеризують потенціал як сукупність наявних чи потенційних ресурсів певної системи), факторний (потенціал визначають не просто як наявні можливості, а й як умови та чинники, які сприяють їх ефективній реалізації), цільовий (потенціал як здатність системи виконувати поставлені перед нею завдання), соціальноспрямований (трактування потенціалу як сукупності відносин, які формуються у трудовому колективі або ж самих характеристик цього колективу) та комбінований підходи [70, с. 111];

– ресурсний аспект (потенціал як сукупність наявних ресурсів); цільова орієнтація (потенціал як здатність виробничих сил до досягнення певного результату); ресурсно-цільовий або комбінований (поєднує в собі як наявні у підприємства ресурси, так і здатності підприємства досягати певного результату) [36, с. 44];

– ресурсний (ототожнює потенціал з витратною частиною виробничого процесу, тобто враховує можливості, які вже фактично використані або приведені в дію) і результативний (потенціал виражається через максимальну величину результату, який економічна система здатна досягти при заданій кількості, якості і структурі ресурсів в умовах певного зовнішнього впливу; передбачає варіативність кінцевого результату в залежності від складу, структури та альтернативних можливостей використання ресурсів) підходи до розуміння сутнісної природи потенціалу економічної системи [63, с. 233];

– ресурсна концепція (як сукупність ресурсів та зв'язків між ними); функціональна (як сукупність функцій, які забезпечують реалізацію здібностей і можливостей), ресурсно-цільова (як сукупність ресурсів та здібностей щодо досягнення певних результатів, цілей) та інші [170, с. 171];

– поняття трактується як сукупність ресурсів, як здатність господарської системи випускати продукцію, як можливість виробничих сил досягти певного ефекту [53];

– перший підхід визначає потенціал як засоби, запаси, джерела, які є наявності і можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети або розв’язання певної задачі [170, 172]. Інше уявлення про потенціал ґрунтується на системі матеріальних та трудових факторів (умов, складових), що забезпечують досягнення мети виробництва. Третій підхід відображає сутність потенціалу у здатності ресурсів економічної системи виконувати поставлені перед нею завдання [170, 172];

– ресурсний підхід (всі наявні ресурси підприємства, які можуть бути використані для здійснення економічного росту); ймовірнісний підхід (потенціал як сукупність можливостей для досягнення певної мети); результативний підхід (потенціал як всі наявні ресурси та можливості, які використовуються для досягнення поставлених цілей) [69];

– ресурсний підхід (сукупність наявних ресурсів якими володіє будь-яка господарча система), соціально-спрямований (потенційні або совокупні можливості підприємства, що забезпечують досягнення поставленої мети та спрямовані на задоволення потреб в товарах та послугах) та результативний підхід (здатність комплексу ресурсів економічної системи виконувати поставлені перед нею завдання) [123, с. 31];

– „ресурсний” напрям розглядає економічний потенціал як сукупність ресурсів господарської ланки, оцінка економічного потенціалу зводиться до визначення вартості доступних ресурсів, рівень використання економічного потенціалу визначається відношенням отриманого результату до обсягу застосованих для цього ресурсів [88, с. 7]. У рамках „результатного” напрямку економічний потенціал розглядається, як здатність господарської системи освоювати, переробляти багатство для задоволення суспільних потреб, оцінка величини економічного потенціалу зводиться до оцінки максимальної кількості благ, яке господарська ланка здатне виробити при даній кількості, якості і будову ресурсів [88, с. 7].

– ресурсний (потенціал ототожнюється з сукупністю ресурсів, якими володіє комерційна організація); результативний (сукупність можливостей, яка

визначає результат виробничих та економічних відносин між суб'єктами господарської діяльності; стратегічний (цільовий) (сукупність ресурсів і резервів, здатність компанії забезпечувати своє довгострокове функціонування і досягнення цілей на основі використання системи ресурсів (з урахуванням особливостей будови системи, кількості та якості ресурсів) [35, с. 230].

Відповідно до аналізу, можна зробити висновок про те, що у наукових працях спостерігається декілька напрямів трактування поняття потенціалу підприємства:

– перший напрямок – передумови. З цього боку потенціал розглядається як сукупність певних ресурсів і засобів, запасів і джерел, матеріальних елементів тобто передумов, що використовуються для ефективного розвитку потенціалу підприємства (Абалкін О.І., Архангельський В.М., Бурлака О.В., Вейц В.І., Воронкова А.Е., Калінеску Т.В., Клейнер Г.Б., Лукінов І.І., Репіна І.М., Россоха В.В., Шумська С.С., Добикіна О.К., Догадайло Я.В., Хомяков В.І., Шинкаренко В.Г.). Майже всі вчені переконують в необхідності можливостей та умов для розвитку, якими володіє підприємство (Герасимчук Г.В., Гавва В.Н., Добикіна О.К., Коленда Н.В., Краснокутська Н.С., Отенко І.П., Россоха В.В., Тарасюк Г.М., Терещенко Е.Ю., Марченко С.В., Федонін О.С., Хомяков В.І.);

– другий – максимально можливий об'єм, обсяг виробництва матеріальних благ і послуг (Донець Ю.Ю., Лапін Є.В.), максимальний дохід, який можна отримати, використовуючи наявні передумови (Репіна І.М., Чумаченко М.Г.), властивість забезпечити очікуваний суб'єктом оцінки позитивний результат (Бачевський Б. Є., Карапейчик І.Н.);

– третій – інші, наприклад: наявні здібності до створення матеріальних благ і послуг (Самоукін Л.І.), обсяг робіт у наведених одиницях виміру витрат праці (Ревуцький Л.Д.), здатність виконувати цілеспрямовану роботу (Должанський І.З.).

Загалом, якщо провести аналіз приведених трактувань поняття „потенціал підприємства” можна відмітити наступне:

- невід’ємною частиною трактування „потенціал підприємства” є ресурси або їх система;
- формування та використання потенціалу передбачає наявність відповідних умов;
- потенціал – це характеристика наявних та прихованих можливостей;
- реалізація потенціалу завжди повинна мати цільову спрямованість [70, с.112].

Отже, можна визначити, що потенціал підприємства характеризується певним набором ресурсів, засобами та чинниками, які при найбільш максимальному, але раціональному використанні, допомагають господарюючим суб’єктам досягти власних цілей та задовольнити суспільні інтереси. Потенціал для підприємства являється рушійною силою, можливостями, які штовхають підприємство вперед, допомагаючи досягати успіху, а з іншого боку – чинниками, що дозволяють йому боротись з загрозами зовнішнього середовища, конкурентами та виживати в умовах складної економічної ситуації на ринку.

Економічний потенціал є багатосистемним поняттям, оскільки велика кількість факторів впливає його формування. Аналіз праць вітчизняних дослідників свідчить, що в полі зору науковців трактування поняття „економічний потенціал” здійснюється в таких напрямках:

- економічний потенціал підприємства;
- економічний потенціал регіону;
- економічний потенціал галузі;
- економічний потенціал країни;
- глобальний економічний потенціал.

Господарюючі суб’єкти повинні проводити моніторинг та оцінку наявного потенціалу щоб залишатись конкурентоспроможними. Варто зазначити, що економічний потенціал підприємства не характеризується лише вартістю ресурсів, майна та активів, а перш за все їх ефективним використанням, що забезпечує реалізацію всіх можливостей підприємства.

Економічний потенціал варто використовувати при плануванні поточної діяльності та для стратегічного розвитку підприємства. Ефективність використання наявних ресурсів підприємства, врахування його галузевих особливостей та досягнення фінансових результатів діяльності допомагає оцінити економічний потенціал підприємства.

Визначення економічного потенціалу підприємства дає можливість підвищити якість та ефективність розробки і прийняття управлінських рішень з поточної діяльності підприємства, визначити напрямки його стратегічного розвитку, а також підвищити обґрунтованість даних рішень.

Більшість дослідників та науковців виділяють економічний потенціал чи його складові елементи обов'язковою складовою загального потенціалу підприємства.

Вітчизняні та іноземні вчені визначають „економічний потенціал” наступним чином (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Трактування поняття „економічний потенціал” дослідниками та науковцями

Автор	Рік	Трактування
Б.М. Мочалов	1982	Економічний потенціал – характеризується об'ємом виробництва матеріальних благ та послуг, які можна досягнути в перспективі, при оптимальному використанні наявних ресурсів.
І.І. Юнусов	2006	Економічний потенціал підприємства являє собою міру його здібностей, які формуються в результаті взаємодії трудових активів, основних виробничих фондів, оборотних коштів, нематеріальних активів та земельних ресурсів підприємства.
О.А. Жигунова	2010	Економічний потенціал підприємства - це інтегральна характеристика володіння сукупними здібностями і наявності реальних можливостей (в результаті створення певних умов і (або) виникнення обставин), обумовлених взаємодією зовнішнього і внутрішнього середовища, забезпечувати своє сталий розвиток і досягнення стратегічних цілей на основі раціонального використання системи наявних ресурсів.
Ю.Ф.Гудзь	2016	Економічний потенціал підприємства – це динамічна здатність підприємства реалізовувати свої можливості щодо здійснення господарської діяльності для досягнення максимального позитивного результату та інноваційного розвитку в нестабільному зовнішньому середовищі.

Джерело: складено автором на основі [45, с. 278; 191; 48; 33, с. 98]

Досліджені визначення поняття „економічного потенціалу” вітчизняними та зарубіжними науковцями наведено в дод. В. При формулюванні сутності поняття більшість вчених застосовують ключові слова. Тому наведені визначення у дод. В згруповано за ключовими словами, які розглядають вчені при розкритті сутності поняття. За результатами проведеного аналізу сформовано схематичну діаграму, що відображає структуру проаналізованих поглядів науковців на розуміння поняття „економічного потенціалу” підприємства (рис. 1.1). Наведені дані не відображають повну картину всіх наукових пошуків у цьому питанні, однак дозволяють зрозуміти якими категоріями оперують вчені найчастіше при дослідженні сутності поняття „економічного потенціалу”.

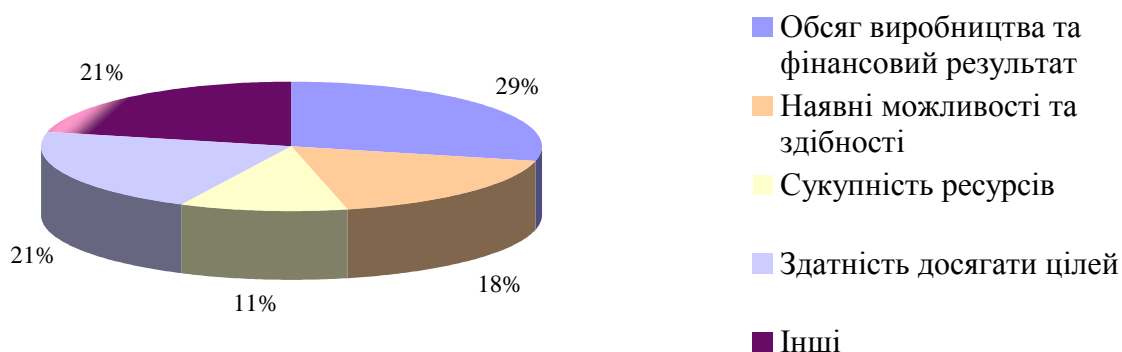


Рис. 1.1. Розподіл визначень „економічного потенціалу” вітчизняними та зарубіжними науковцями за ключовими словами

Джерело: складено автором на основі [80].

За результатами аналізу можна сформулювати узагальнююче визначення „економічного потенціалу” проаналізованих за ключовими словами визначень: сукупність ресурсів підприємства (11%), наявні можливості та здібності підприємства (18%), за допомогою яких забезпечується максимально можливий обсяг виробництва (29%) та досягаються відповідні цілі діяльності (21%) господарюючого суб’єкта на ринку в умовах конкуренції.

Верхоглядова Н.І. зазначає, що дослідники приводять визначення „економічний потенціал” з різними акцентами, у зв’язку з цим його варто

розглядати як: джерело росту національного доходу й економічної міцності країни, результат розвитку продуктивних сил суспільства, показник максимальних виробничих можливостей галузі, підприємства, об'єднання; засіб задоволення суспільних потреб, найважливіший фактор росту національного багатства країни, критерій оптимальності планів виробництва матеріальних благ, використання ресурсів і національного багатства. [21, с. 7].

Економічний потенціал не можна розглядати лише як сукупність наявних ресурсів підприємства. Потенціал являє собою комплексний механізм системи використання ресурсів. Тому для забезпечення необхідного рівня економічного потенціалу, підприємство повинне проводити ефективне стратегічне управління всіма ланками господарської діяльності підприємства. Економічний потенціал підприємства дозволяє також оцінити чи забезпечується необхідний рівень відтворення підприємства та максимальну його прибутковість.

Порівняємо, в якому напрямі розглядають поняття “економічного потенціалу” словники та енциклопедії (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Гене́за визначення поняття „економічний потенціал” у словниках

Назва	Рік	Визначення
1	2	3
Економічний словник	1973	Економічний потенціал – сукупність економічних можливостей держави (групи держав), які можуть бути використані для потреб суспільства (виробництва, оборони тощо).
Большая советская энциклопедия	1978	Економічний потенціал – сукупна здатність галузей народного господарства виробляти промислову і сільськогосподарську продукцію, здійснювати капітальне будівництво, перевіз вантажів, надавати послуги населенню в певний час.
Економічний словник-довідник	1997	Потенціал економічний (лат. – сила) – сукупність виробничих потужностей і їх можливостей, природних багатств, матеріальних резервів, трудових ресурсів, що можуть бути використані для забезпечення всіх матеріальних потреб держави, а також задоволення особистих потреб населення.
Економічний словник	2007	Потенціал економічний – сукупність економічних можливостей держави, які можуть бути використані для потреб суспільства (виробництво, оборона тощо). Відображає економічну могутність країни, досягнутий рівень розвитку продуктивних сил, обсяг національного багатства, можливості їх зростання.

Продовження табл. 1.6

1	2	3
Сучасний тлумачний словник української мови	2009	Економічний потенціал – сукупність економічних ресурсів і можливостей країни (груп країн), що можуть бути використані для досягнення цілей соціально-економічного розвитку суспільства.
Економічний енциклопедичний словник	2011	Економічний потенціал – комплексна характеристика рівня економічної могутності країни, наявних ресурсів і можливостей забезпечувати розширене відтворення, суспільні потреби та соціально-економічний прогрес суспільства.

Джерело: складено автором на основі [43, с. 430; 16, с. 627; 55, с. 132; 100, с. 244; 168, с. 708; 44, с. 202]

На відміну від досліджень вчених, в яких розглядалось поняття економічного потенціалу з боку підприємств, в словниках розкривається трактування економічного потенціалу держави та галузей народного господарства. Економічний потенціал розглядається як сукупність економічних можливостей держави виробляти продукцію та задоволення потреб населення.

У зв'язку з вищезазначеним потрібно взяти до уваги, що не доцільно обмежуватись дослідженням характеристики термінів лише вітчизняних чи зарубіжних науковців. Досить часто словники та енциклопедії досліджують поняття з інших напрямів, що допомагає ґрунтовніше ознайомитись з відповідною сферою дослідження.

Отже, можна сформулювати наступне трактування поняття „економічний потенціал”: сукупність наявних ресурсів і можливостей, за допомогою яких реалізується максимально можливий обсяг виробництва, забезпечується розширене відтворення та досягаються відповідні цілі діяльності господарюючого суб'єкта на ринку, суспільні потреби та соціально-економічний прогрес суспільства.

Фінансово-економічний потенціал є системним поняттям, що містить фінансову складову економічного потенціалу. Категорія фінансово-економічного потенціалу почала досліджуватись науковцями порівняно

недавно. Науковці не здійснювали узагальнення поняття, а розглядали окремо фінансовий та економічний потенціали або як окремі категорії у складі поняття „потенціал підприємства”, або як складові один одного.

Як зазначає Гусельников Д. В, включення фінансового потенціалу в структуру економічного потенціалу пояснюється тим, що основою нормального функціонування будь-якого підприємства є наявність достатнього обсягу фінансових ресурсів. Управління фінансовим потенціалом дозволить сприятливо впливати на економічний потенціал шляхом раціонального використання та розподілу фінансових потоків [36, с. 47].

Залежно від того, яке значення у розширеному відтворенні надають фінансовому потенціалу власники та менеджери підприємства, вважає Корнійчук Г.В., формується його організаційна складова: структура управління, її кадрове забезпечення та організація інформаційних потоків у системі управління фінансовим потенціалом [71, с. 75].

Вартою уваги з даної проблематики є праця Бикової В.Г., яка зазначає, що фінансово-економічний потенціал підприємства – це складна економічна система функціональних відносин між елементами фактичного і потенційного стану розвитку підприємства, що відбиває її здатність у певний час мобілізувати фінансові, ресурсні й виробничі можливості для досягнення поставлених цілей, із розкриттям специфіки діяльності підприємств загальнодержавного значення як функціональної взаємопов’язаної сукупності економічного та фінансового потенціалів, що забезпечує максимально ефективну реалізацію цілей і напрямів розвитку підприємства [11, с. 6].

Капканець В. С. визначає сутність фінансово-економічного потенціалу як сукупність фінансових ресурсів і виробничих можливостей підприємства, які, поєднуючись, дають змогу забезпечити прийнятій стратегічній напрям розвитку суб’єкта господарювання [58, с. 39].

Грабик Р.В. вважає, що фінансово-економічний потенціал формує основу для виробництва певного обсягу та асортименту продукції, побудови моделей мінімізації прибутку, визначення оптимального співвідношення компонентів

виробничої, фінансової та організаційної структури управління й інших економічних механізмів [30].

Так, на думку Мельниченко Ю.О. на практиці аналіз фінансово-економічного потенціалу підприємства проводиться для визначення міри фінансової стійкості підприємства, оцінки ділової активності і ефективності підприємницької діяльності з метою прийняття найбільш оптимальних рішень, що стосуються діяльності підприємства [91, с. 31].

Гузєєва А.В. трактує поняття „фінансово-економічний потенціал організації” як сформовану на певний момент часу і в конкретних умовах господарювання комплексну характеристику, яка відображає як наявність, так і можливість залучення ресурсів і має в своєму базисі орієнтацію на досягнення конкретної мети організації [35, с. 31].

Також автори розглядають спеціалізовані терміни, що пов'язані з трактуванням фінансово-економічного потенціалу підприємств певної сфери діяльності.

Наприклад, Чалієв А.А. в своїй роботі досліджує фінансово-економічний потенціал житлово-комунального підприємства, зазначаючи, що він являє собою систему показників, що характеризують ефективність діяльності підприємства з трьох основних сторін: фінансової, господарської та інвестиційної діяльності [181, с. 9].

Виділення фінансового потенціалу як відокремленої економічної категорії на думку Стахно Н.Д. обумовлено специфікою діяльності підприємств, як загальнодержавного значення, так і підприємств рекреаційного комплексу, оскільки більшість фінансових програм координується через відомчі органи різних рівнів [166].

Фан Ду і Тунхуа Моу переконують, що фінансова спроможність є однією з п'яти головних факторів розвитку інноваційної діяльності підприємства [197, с. 132]. З точки зору здатності підприємства здійснювати фінансування

своєї діяльності, 27% підприємств Шеньчженю (Китай) вважають, що найважливішою є „кредитна історія”, оскільки від неї залежить обсяг можливої позики, отримання якої можливість збільшити масштаби виробництва. Інші фактори включають в себе створення бренду фірми, підвищення якості продукції і розвиток технічного забезпечення підприємств.

Фінансовий потенціал пов'язаний з процесом залучення фінансових ресурсів, їх залученням та використанням, а також тісно пов'язаний з інвестиційною складовою стратегії компанії.

В дод. Г наведено ієрархічну структуру поняття „фінансово-економічний потенціал” та здійснено його порівняння з пов'язаними поняттями.

Згідно з поданою схемою, можна сформулювати визначення: „фінансово-економічний потенціал підприємства” – це система управління наявними фінансовими ресурсами, визначення джерел їх залучення та вибір напрямів інвестування відповідно до наявних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища з метою отримання максимально можливого фінансового результату, а також реалізації цілей і напрямів розвитку підприємства.

Отже, категорії „потенціалу” та „економічного потенціалу”, так і „фінансово-економічного потенціалу підприємства” виступають одними з найбільш важливих понять, а також потребують постійного осмислення та дослідження кожним підприємством, оскільки саме вони визначають його успіх у довгостроковій перспективі. Дослідження потенціалу забезпечує виявлення можливостей підвищення прибутковості організації. Потенціал підприємства впливає на досягнення його стратегічних цілей, оскільки залежить від форм ресурсного забезпечення та їх оптимального використання. За допомогою ефективного використання наявного фінансово-економічного потенціалу можна визначити шлях розвитку підприємства, а також забезпечити його стабільність та зростання у майбутньому.

1.2. Структура, класифікація та принципи організації функціонування фінансово-економічного потенціалу підприємства в сучасних умовах

В сучасних умовах господарювання досягнення належного рівня фінансово-економічного потенціалу є вкрай важливою ціллю у діяльності підприємства, оскільки він є своєрідним орієнтиром, чи у підприємства наявні проблеми у фінансово-господарській діяльності, чи навпаки, підприємство є платоспроможним та конкурентоспроможним на ринку.

Діяльність сучасного підприємства – це сукупність складних бізнес-процесів. Для того, щоб ці бізнес-процеси були ефективні, повинна існувати економічна база для їх реалізації. Ця основа – відповідний потенціал підприємства, що відповідає сучасним вимогам до якості виробленої продукції.

Кожне підприємство є системою, яка в своєму розвитку використовує різні, пов'язані між собою, складові. Реалізація потенціалу підкріплюється кожною ланкою господарського процесу, що допомагає досягати визначені цілі та здійснювати розвиток підприємства.

Фінансово-економічний потенціал підприємства являє собою комплексне поняття, що на даному етапі розвитку вітчизняної економіки розглядається як одна із найважливіших динамічних характеристик діяльності підприємства.

У більшості наукових досліджень фінансовий та економічний потенціал підприємства розмежовується. Проте це й дає підстави здійснити формування загальної структури фінансово-економічного потенціалу.

Дослідженням складових елементів потенціалів, а також їх групуванням займались багато вчених та науковців. Грабик Р.В. виявив наявність процесу взаємопроникнення потенціалів, „метаболізму” їх окремих складових, що приводить до збільшення рівня потенціалу кожної підсистеми. Підсистемами економічного потенціалу підприємства виступають потенціали його первинних складових [30].

У своїх дослідженнях вчені по-різному розглядають складові елементи

кожного з потенціалів. Для одних важливим є розмежування фінансового та економічного потенціалів, для інших вони є складовими один одного.

Фінансовий чи економічний потенціали у структурі потенціалу розглядають більшість вчених, які займалися дослідженням вказаної проблематики, такі як Касьянова Н.В. [141, с. 20], Краснокутська Н.С. [73, с. 16], Федонін О.С. [177, с. 22], Пузирьова П.В. [150, с. 6], Пипенко І.С. [122, с. 33], Добикіна О. К. [142, с. 7] та інші.

Зокрема, на погляд Пипенко І.С., структура потенціалу має відображення серед елементів потенціалу підприємства, відокремлених за ознакою сфери застосування ресурсів, включаючи потенціал НДДКР, фінансовий, маркетинговий, виробничий, кадровий потенціали та інші [122, с. 33].

Згідно з дослідженнями Бачевського Б.Є., формування потенціалу підприємства відбувається на виробничому, господарському та інституціональному рівнях [7, с. 38], а сам потенціал поділяється на виробничий та економічний [7, с. 42].

Тарасюк Г.М. у роботах, присвячених дослідженню теорії потенціалів, застосовує широкий клас визначень потенціалу, серед яких: економічний потенціал; виробничий потенціал; народногосподарський потенціал; інтелектуальний потенціал; потенціал безпеки (оборонний потенціал); потенціал інфраструктури; природно-ресурсний потенціал; науково-технічний потенціал; кадровий потенціал; будівельний потенціал; сільськогосподарський потенціал; інформаційний потенціал; організаційний потенціал; потенціал соціального розвитку; потенціал продуктивних сил і виробничих відносин та інше [170, с. 169].

Сіменко І.В. в складових конкурентноздатного сукупного потенціалу підприємства вбачає наявність виробничо-технічного, матеріально-сировинного, інноваційного, інформаційного, стратегічного, фінансового та організаційно-кадрового потенціалів. В той же час виробничо-технічний, матеріально-сировинний та організаційно-кадровий потенціал розглядаються як складові елементи економічного потенціалу [160, с. 13].

Згідно з дослідженням Бикової В.Г. переважна більшість дослідників поділяє потенціал підприємства на такі складові: ресурсний потенціал, куди входить ресурсно-сировинний, фінансовий, трудовий, інформаційний; виробничий потенціал; інноваційний потенціал; інвестиційний потенціал; маркетинговий потенціал; екологічний потенціал; організаційно-управлінський потенціал; інфраструктурний потенціал тощо [11, с. 9].

Отже, не всі науковці виділяють у структурі загального потенціалу економічний, надаючи перевагу деталізованішим видам потенціалу, однак більшість враховують фінансовий потенціал.

Одним з наступних напрямків наукових робіт є праці Маслака О.І. [90, с. 39], Макарової Г.С. [83, 84], Гусельникова Д.В. [36, с. 45] та інших, які досліджують фінансовий потенціал як складову частину економічного потенціалу.

Зокрема, Маслак О.І. виділяє такі основні складові економічного потенціалу: виробничо-технологічна, трудова, фінансова, інфраструктурна, організаційно-управлінська, інвестиційна, інноваційна, маркетингова, інтелектуальна, еколого-економічна, санаційна й стратегічна складові [90, с. 39].

Макарова Г.С. зазначає, що економічний потенціал підприємства функціонує на основі сукупності його субпотенціалів (техніко-технологічного, кадрового, фінансового, інноваційно-інвестиційного, управлінсько-збутового) [84].

Гусельников Д.В. підкреслює, що найчастіше в структурі економічного потенціалу виділяють виробничий, трудовий, фінансовий, майновий, науково-технічний субпотенціали [36, с. 45].

Окремі науковці не включають фінансових потенціал до складу економічного потенціалу. Наприклад, Сіменко І.В. вважає, що некоректно включати в склад економічного потенціалу фінансовий, оскільки виробничо-технічний, матеріально-сировинний, кадровий і фінансовий потенціал є складовими ресурсного потенціалу підприємства. Ресурсний та економічний

потенціали, таким чином, розрізняються на розмір фінансового потенціалу підприємства [160, с. 37].

Відповідно до досліджень Лапіна Є.В., економічний потенціал підприємства містить такі складові: економічна, соціальна та екологічна. Також виділяє такі підсистеми економічного потенціалу підприємства, як кадровий, виробничий, інноваційний, організаційно-управлінський потенціал. Зазначає, що у сукупності трудові, виробничі, інноваційні, організаційно-управлінські ресурси утворюють ресурсну структуру економічного потенціалу підприємства [77, с. 9].

Верхоглядова Н.І. зазначає, що оцінку економічного потенціалу можна представити системою показників, що відбивають його функціональну структуру. Виходячи з цього можна виділити: виробничий потенціал; науково-технічний потенціал; потенціал природних ресурсів; трудовий потенціал; будівельний потенціал; сільськогосподарський потенціал; організаційно-функціональний потенціал [21, с. 7].

Грабик Р.В. зазначає, що економічний потенціал може бути представлений як синтез ресурсного та виробничого потенціалів. У свою чергу, ресурсний потенціал включає в себе три підвиди ресурсів: матеріальні (що складаються з матеріально – сировинних, енергетичних і технологічних); трудові (кадрові) й інформаційні [30].

Важливо відзначити, що за сучасних умов структура економічного потенціалу може різнитись. Відмінності у будові економічного потенціалу та його структурі можуть обумовлюватись умовами господарювання, особливостями функціонування господарюючого суб'єкта, властивостями його діяльності, відповідно до процесу виробництва та ін. [154, с. 146].

Фінансовий потенціал – невід'ємна складова частина фінансово-економічного потенціалу. Терещенко Е.Ю. [172, с. 4], Шумська С.С. [188, с. 59], Белінська О.В. [9, с. 268] та більшість інших авторів під фінансовим потенціалом розуміють сукупність фінансових ресурсів, що знаходиться у розпорядженні підприємства.

Бикова В. Г. стверджує, що фінансовий потенціал забезпечує можливість трансформації ресурсного і виробничого потенціалів у результати діяльності підприємства [11, с. 10].

До складу фінансового потенціалу, вважає Терещенко Е.Ю., включаються різні фінансові ресурси, що складаються, в свою чергу, зі статутного, додаткового і резервного капіталів, цільового фінансування, фондів накопичення, оборотних активів тощо [172].

Фінансово-економічний потенціал як єдину нерозривну категорію досліджували Грабик Р.В. [30], Сіменко І.В. [160], Бикова В.Г. [11, с. 9], Мельниченко Ю.О. [91, с. 31], Гузеєва А.В. [35, с. 31], Чалієв А.А. [181, с. 9], Корнійчук Г.В. [71], Капканець В. С. [58, с. 39] та інші.

Отже, узагальнено здійснений порівняльний аналіз підходів окремих вчених до трактування місця „фінансово-економічного потенціалу” у структурі „потенціалу підприємства” в табл. 1.7.

Таблиця 1.7

Порівняльний аналіз підходів окремих вчених до трактування місця „фінансово-економічного потенціалу” у структурі „потенціалу підприємства”

Підходи	Вчені та посилання
Фінансовий чи економічний потенціали у структурі потенціалу підприємства	Касьянова Н.В. Краснокутська Н.С., Федонін О.С., Пузирьова П.В., Пипенко І.С., Добикіна О. К.
Фінансовий потенціал – складова економічного потенціалу	Маслак О.І., Макарова Г.С. Гусельников Д.В. Гудзь Ю.Ф.
Фінансово-економічний потенціал як нерозривна категорія	Грабик Р.В., Сіменко І.В., Бикова В.Г., Мельниченко Ю.О., Гузеєва А.В., Чалієв А.А., Корнійчук Г.В., Капканець В. С.

Джерело: складено автором на основі [141, с. 20; 73, с. 16; 177, с. 22; 122, с. 33; 150, с. 7; 90, с. 39; 84; 35, с. 45; 34, с. 56; 30; 160; 11, с. 9; 91, с. 31; 35, с. 231; 181, с. 9; 71; 58, с. 39]

Враховуючи вищезазначене, необхідно підкреслили, що сформуванню загальної класифікації фінансово-економічного потенціалу підприємства будь-якої галузі неможливо. Формування класифікації та структури фінансово-економічного потенціалу потрібно проводити з урахуванням особливостей функціонування галузі з метою виявлення можливих рівнів його узагальнення.

Здійснивши дослідження підходів, що застосовують вітчизняні вчені та науковці до формування структури різних видів потенціалів, можна стверджувати, що на сьогодні так і не сформовано загальноприйнятну структуру потенціалу підприємства, зокрема і фінансово-економічного потенціалу.

Дослідження базується на вивченні фінансово-економічного потенціалу як нерозривної категорії та в структурі потенціалу підприємства. З самого поняття „фінансово-економічний потенціал” випливає, що він формується на базі функціонального взаємозв'язку фінансового та економічного потенціалів, враховуючи специфічні особливості кожного з них.

Економічний потенціал автором дисертаційного дослідження розглядається в тій частині, які саме види діяльності підприємства допомагають нарощувати фінансово-економічний потенціал, а саме: виробничий та маркетинговий потенціал.

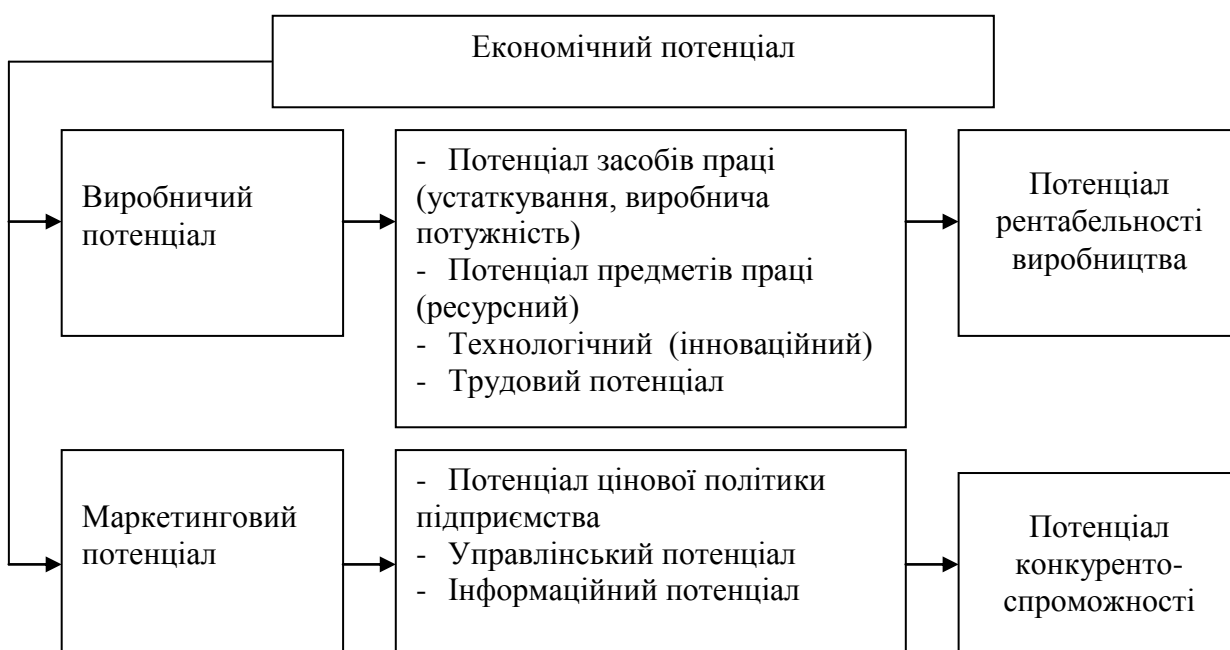


Рис. 1.2. Структура економічного потенціалу

Джерело: складено автором на основі [30]

Виробничий потенціал підприємства, який формують засоби та предмети праці, технологічний та трудовий потенціал, допомагає підприємству реалізувати потенціал рентабельності виробництва, що в свою чергу дозволяє визначити:

- чи ефективно досліджуване підприємство використовує наявну виробничу потужність;
- яким чином забезпечується отримання сировини та матеріалів для виробництва, чи є підприємство залежним від залучення іноземних ресурсів та чи може підприємство забезпечити безперебійне виробництво в умовах економічної кризи;
- чи є кваліфікованими працівники підприємства, чи забезпечено чіткість і правильність організації виробничого процесу;
- які є можливості покращення реалізації виробничого потенціалу у перспективі тощо.

Маркетинговий потенціал з метою досягнення цілей фінансово-економічного потенціалу повинен бути зорієнтований на формування якісної цінової політики підприємства, оскільки доходи від реалізації продукції виступають одним з найважливіших джерел надходжень на підприємство.

Водночас варто відмітити, що ефективна маркетингова політика неможлива без відповідальних та кваліфікованих менеджерів, які здатні оцінити положення підприємства на ринку, здійснювати систематичне просування продукту компанії в інших регіонах тощо.

Базою для будь-яких проведення маркетингових досліджень є наявність впорядкованої, правдивої та своєчасної інформації про товари і послуги підприємств-конкурентів, стан справ на вітчизняних та зарубіжних ринках, можливі джерела закупівлі матеріалів, вкладення коштів та інше. Проблемою залишається механізм оцінки вищезазначених показників, оскільки у відкритому доступі наявної інформації для них немає. Тому з метою збору і оцінки вказаної ринкової інформації необхідно провести комплексне маркетингове дослідження відповідного ринку.

Наступною підсистемою фінансово-економічного потенціалу виступає фінансовий потенціал. Фінансовий потенціал забезпечує реалізацію платоспроможності окремого підприємства. Він дозволяє дещо розмежувати інвестиційну та операційну діяльність підприємства. Компанії необхідно не лише правильно вкладати кошти в фінансові інструменти, а й забезпечувати наявний запас фінансових ресурсів в обігу чи на рахунку з метою покриття непередбачуваних витрат та забезпечення безперебійності виробництва. У цьому процесі важлива роль відводиться інвестиційним менеджерам, які повинні забезпечити прибутковість інвестиційних вкладень з мінімальним ризиком при цьому.

Одним з основних фінансових напрямків у контексті оцінки фінансово-економічного потенціалу виступає інноваційно-інвестиційний потенціал, що полягає в можливості отримання додаткових джерел прибутку з внутрішніх та зовнішніх джерел з метою залучення нової техніки та технологій.

Інвестиційний потенціал розкриває можливість здійснення підприємством:

- внутрішнього інвестування – реінвестування в виробництво, оновлення власних основних засобів, емісія акцій та цінних паперів;
- зовнішнього інвестування – капітальні вкладення, а також придбання облігацій, акцій, інших цінних паперів, що випускаються державою або підприємствами.

Для підприємств важливим є як внутрішнє, так і зовнішнє інвестування. Внутрішнє розвиває наявний економічний потенціал, дозволяє нарощувати власний капітал з метою забезпечення незалежності та стійкості підприємства. Зовнішнє інвестування дає можливості для здійснення простого і розширеного відтворення, залучення додаткових джерел грошових надходжень, а як наслідок – конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Отже, до складових фінансово-економічного потенціалу підприємства віднесемо чотири види потенціалів, аналіз яких буде здійснено в процесі проведення дослідження вітчизняних підприємств (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Складові формування і розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства

Джерело: складено автором на основі [74]

Класифікація фінансово-економічного потенціалу підприємства перебуває у площині постійних дискусій вітчизняних вчених та науковців.

Кретьова А.Ю. елементи потенціалу промислового підприємства поділяє на ресурси (фінансові, трудові, інформаційні ресурси, основні засоби, виробничі запаси) та можливості (виробничі, фінансові, маркетингові, логістичні, інноваційно-інвестиційні, мотиваційно-трудова, інформаційно-комунікаційні) [74, с. 85].

Більшість вчених поділяють потенціал на об'єктні та суб'єктні складові.

Об'єктні складові пов'язані з матеріально-речовинною та особовою формою потенціалу підприємства. Касьянова Н.В. до об'єктних складових, відносить: виробничий потенціал, інноваційний потенціал, фінансовий потенціал та потенціал відтворення [141, с. 19]. Краснокутська Н.С. [73, с. 16] та Федонін О.С. [177, с. 22] до об'єктних складових потенціалу підприємства також додають інфраструктурний потенціал.

Суб'єктні складові характеризуються особливим способом управління, організаційно-правової структури, кваліфікації трудових кадрів тощо. Вони зумовлюють раціональне та ефективне використання об'єктних складових в процесі господарської діяльності підприємств. До суб'єктних складових

Касьянова Н.В. відносить науково-технічний потенціал, управлінський, потенціал організаційної структури управління, маркетинговий потенціал [141, с. 19]. Краснокутська Н.С. [73, с. 16] та Федонін О.С. [177, с. 22] до вказаних суб'єктних складових додають кадровий потенціал.

Пузирьова П.В., дотримуючись поділу на об'єктні та суб'єктні складові потенціалу підприємства, виділяє спільними трудовий, інформаційний та інфраструктурний потенціали [150, с. 6].

Должанський І.З. групує потенціал підприємства не за структурою, а за характеристиками, зокрема: структурними (цілісність, складність, взаєзамозамінність елементів), якісними (гнучкість, виробнича потужність), соціально-економічні [41, с. 145].

Должанський І.З. також поділяє потенціал підприємства на чотири категорії: “базовий потенціал, що забезпечує підприємству можливість досягнення основних комерційних цілей, створення економічних цінностей і одержання при цьому прибутків. Базовий потенціал пов'язаний з конкурентними перевагами підприємства, і підтримка й розвиток його дають змогу одержати стійку конкурентну перевагу на ринку” [41, с. 13];

– “прихований потенціал – це активи, що не являють конкретної переваги на сьогоднішньому етапі, хоча в перспективі можуть трансформуватися в базові кошти. Сюди варто віднести кадровий потенціал підприємства, накопичений досвід роботи в певній сфері бізнесу. Коли прихований потенціал досягає певного рівня, він може бути реалізований у вигляді відкриття нового напрямку бізнесу, поліпшення споживчих властивостей товарів і т.д.” [41, с. 13];

– “збитковий потенціал. Наявність збиткового потенціалу приводить до споживання ресурсів без якого-небудь прибутку для підприємства. Зокрема, через нераціональну організаційну структуру можуть виникати витрати на дублювання функцій” [41, с. 13];

– “пересічний потенціал характеризується наявністю в підприємства активів, то забезпечують ефективне використання інших потенціалів: зокрема,

добре функціонуюча система управління збутом, фінансами” [41, с. 13].

Ковтуненко К.В. класифікує фінансовий потенціал на:

- первинний фінансовий потенціал підприємства – на цьому етапі підприємство активно розвиває організаційні, технічні, технологічні методи управління й виробництва, так як пристосування до зовнішніх економічних факторів веде до формування внутрішніх факторів виробництва й управління підприємством;

- оновлений фінансовий потенціал формують внутрішні підсистеми підприємства, а саме: технічна, технологічна, організаційна, економічна, соціальна. На даній стадії поняття фінансовий потенціал, фінансові ресурси й фінансовий стан знаходяться в максимальних точках дотику, й взаємодіють одне з одним на максимально допустимому рівні;

- новий фінансовий потенціал – стає результатом взаємодії протягом всього циклу життєдіяльності підприємства з зовнішнім й внутрішнім середовищем [68].

Однак, для того щоб мати можливість оцінити фінансово-економічний потенціал підприємства важливим є визначення принципів та чинників, що його формують.

Джон Спенс [199] виділяє п'ять принципів сталого успіху бізнесу, або механізми полювання на можливості підприємств у будь-якій економіці:

- підприємство повинне бути стійким, готовим до змін та очікувати їх. Успішні організації використовують зміни зовнішнього середовища на свою користь, оскільки вони дають ідеї для розробки нової продукції, а також джерел інвестування;

- керівництво підприємства повинне знати про все про свій бізнес: свою мету, основні сильні та слабкі сторони, а також володіти інформацією щодо діяльності своїх клієнтів і конкурентів;

- обмінюватись знаннями, відкрити, усунути всі перешкоди та налагодити спілкування з співробітниками та покупцями фірми;

- зосередитись на можливостях підприємства, з оптимізмом дивитися на

їх реалізацію та виробити шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства;

– повірити у власний успіх, збудувати конкретний план, стратегію розвитку підприємства та працювати щодня для її досягнення.

Принципи успіху бізнесу, які досліджують іноземні вчені та науковці відображають можливості підприємства до розвитку, до нарощення фінансових ресурсів, що, як наслідок, зумовлює розвиток фінансово-економічного потенціалу підприємства.

Ковтуненко К.В. виділяє наступні чинники, які формують фінансовий потенціал:

- фінансова стабільність підприємства;
- здатність точно та вчасно здійснювати свої фінансові зобов'язання;
- інвестиційні можливості підприємства;
- можливість залучення додаткових фінансових ресурсів;
- ефективність використання капіталу (власного й позикового);
- ефективність управління активами;
- політика, що використовується в сфері управління ризиками [68].

Курінна О.В. розглядає наступні принципи організації управління фінансовим потенціалом підприємства: цілісність та комплексність, неперервність у часі та просторі, еластичність, наукова обґрунтованість основних параметрів, результативність управлінських дій, адаптація до специфіки суб'єкта, яким здійснюється управління [75, с.168].

Фінансово-економічний потенціал, як і будь-який інший вид потенціалу підприємства містить в собі деякі принципи, що допомагають максимально розкрити та реалізувати механізм розкриття підприємством своїх фінансових можливостей на базі успішного економічного розвитку:

– цілісність, комплексність та системність – фінансово-економічний потенціал залежить від кожної ланки господарського процесу: виробництва, розподілу, споживання. Загальний зведений показник фінансово-економічного потенціалу формується як синтез комплексної системи показників, що

відображають фінансовий стан підприємства та ефективність його діяльності;

- гнучкість – менеджери підприємства повинні оперативно змінювати політику підприємства, реагуючи на зовнішні впливи та за необхідності змінювати спрямованість діяльності;

- диверсифікованість ризиків – вкладення в фінансові інструменти різних рівнів дохідності та строків погашення зменшує комерційні ризики та забезпечує прибуток, стабільність і стійкість фірми у віддаленому майбутньому;

- створення умов для нарощування внутрішніх фінансових ресурсів – забезпечення прибутковості діяльності підприємства дозволить менеджерам розподіляти отриманий прибуток на напрямки, забезпечуючи оптимальний баланс між операційною та фінансовою діяльністю підприємства;

- науковість та інформаційне підґрунтя прийнятих управлінських рішень – підкріплення дії менеджерів відповідними розрахунками дозволяє сформулювати реальне бачення можливих варіантів розвитку підприємства, а наявність інформаційного забезпечення підкріплює вищезазначене актуальними даними;

- дієвість та результативність – всі заходи, що були вжиті підприємством, повинні приносити реальний результат в формі доходів від різних видів діяльності. Також важливо, щоб заплановані терміни отримання очікуваних фінансових результатів співпадали з реальними. Це дозволяє оптимізувати фінансову діяльність компанії та забезпечити реалізацію фінансово-економічного потенціалу.

Використання принципів організації функціонування фінансово-економічного потенціалу підприємства дозволяє підприємствам дотримуватись основних напрямків, що дозволяють реалізувати наявні та приховані можливості підприємства, що дозволять наростити фінансові ресурси з метою їх подальшого використання, забезпечення фінансової стабільності, стійкості, платоспроможності та конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Сформована структура формування і розвитку фінансово-економічного

потенціалу підприємства дозволяє не тільки зрозуміти досліджуване поняття, а й слугує підґрунтям для розробки ефективної методики оцінки фінансово-економічного потенціалу.

1.3. Науково-методичні підходи та форми оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства в умовах невизначеності ринку

В ринковій економіці прибуток і ринок капіталу розглядаються як основні способи нарощення фінансово-економічного потенціалу господарюючих суб'єктів. Прибуток виступає найбільш швидким джерелом, проте має багато напрямів використання. Мобілізація коштів на ринку капіталу є довготривалим процесом та складним за реалізацією. Тому підприємству необхідно застосувати певну методику оцінки фінансово-економічного потенціалу з метою визначення, який з обраних напрямів фінансування діяльності підприємства буде найефективнішим.

Головною метою оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства є забезпечення належного рівня його конкурентоспроможності, рентабельності, інвестиційної спроможності, використовуючи наявний виробничий потенціал.

Систематизувати наявне різноманіття методичних підходів до оцінки потенціалів підприємства допомагають форми оцінки потенціалу підприємства.

Форма оцінки потенціалу – це спосіб організації, змісту і результатів його оцінки, залежно від виокремлюваних складових потенціалу, спрямованості його використання і нарощування вирізняють ресурсну (зорієнтовану на оптимізацію структури) і результативну (спрямовану на ефективність використання) форми оцінки [37, с. 14].

Гопкало О.І. [28, с. 35] у підходах до оцінки потенціалу підприємства за ознаками та методами поряд з ресурсним та результативним виділяє ресурсно-функціональний та ресурсно-цільовий напрямки.

Денисюк О.М. та Макарова Г.С. відзначають, що “ресурсна форма,

зорієнтована на визначення економічного потенціалу підприємства як сукупності виробничих ресурсів, оцінює його величину як суму фізичних і вартісних оцінок окремих складових” [83, с. 91; 37, с. 14].

“Основою концептуальної ідеї ресурсної форми, спрямованої на оцінку фінансово-економічного потенціалу є орієнтація на кількість і якість наявних у його розпорядженні фінансових ресурсів, що можуть бути використані підприємством в процесі його господарської діяльності” [83, с. 91; 37, с. 14].

“У рамках ресурсної форми оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства можуть бути використані нормативний, рейтинговий та індексний методи” [83, с. 91; 37, с. 14].

“Нормативний метод пов’язаний з визначенням нормативів, що є еталонними, і порівнянням з ними фактично досягнутих показників, які характеризують оцінюваний фінансово-економічний потенціал” [83, с. 91; 37, с. 15].

“Рейтинговий метод оцінки полягає в порівнянні показників фінансово-економічного потенціалу підприємства з показниками еталонного підприємства або найкращими показниками підприємств галузі, а також врахування показників конкурентів” [83, с. 91; 37, с. 15].

“Індексний метод стосується не стільки оцінки самої величини фінансово-економічного потенціалу, скільки порівняльного аналізу ресурсозабезпеченості. Він передбачає наявність еталона для порівняння, в якості якого можуть виступати середнє значення за аналізованою сукупністю, показники кращого з підприємств галузі чи регіону, обґрунтований норматив, для нього характерне ігнорування структури елементів об’єкта оцінки” [83, с. 91; 37, с. 15].

“Результативна форма оцінки показників фінансово-економічного потенціалу підприємства передбачає оцінку і діагностику ринкових можливостей організації виходячи із галузевих пропорцій економічних елементів і їх показників, дохідності різних видів діяльності, співвідношення попиту й пропозиції, наявності чи відсутності конкуренції, змін

політичних, економічних, соціальних і технологічних факторів” [83, с. 91; 37, с. 15].

“Специфіка методології результативної форми оцінки показників полягає у тому, що у розрахункових моделях використовуються показники, які характеризують результативність сукупності фінансових ресурсів як єдиного цілого чи їх агрегованих елементів” [83, с. 91]..

“Зазвичай при застосуванні результативної форми оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства використовують індикаторний і матричний методи” [83, с. 91]..

“Основою індикаторного методу є система індикаторів, за допомогою яких дається оцінка наявного фінансово-економічного потенціалу. Індикатор – це сукупність характеристик, які дозволяють формалізувати якісні стани об’єкта, що досліджується. Кожний індикатор, у свою чергу, є консолідованою оцінкою низки показників, кожний із яких відображає стан уже окремого елемента об’єкта, що досліджується. За допомогою цих індикаторів і показників оцінюються адаптивні здатності підприємства до еволюції попиту, адекватність змінам структурної перебудови фінансово-економічного потенціалу, розвиток потенціалу у потрібних напрямках” [83, с. 91].

“У основі матричного методу оцінки фінансово-економічного потенціалу лежить ідея розгляду процесів конкуренції залежно від їх динаміки. Методологічною базою цього методу є криві життєвих циклів товарів, технології підприємства у цілому. За допомогою матричного методу можна оцінити рівень конкурентоспроможності фінансово-економічного потенціалу як свого підприємства, так і конкурентів, і, відповідно, обрати стратегію поведінки фірми на ринку” [83, с. 91].

Капканець В.С. вважає, що загалом оцінку фінансово-економічного потенціалу можна охарактеризувати як невід’ємну частину комплексної діагностики фінансового стану суб’єкта господарювання, спрямовану на кількісний аналіз стану активів, власного й позикового капіталу, рівня ліквідності, а також можливостей та обсягів залучення кредитних ресурсів [59,

с. 52].

Представимо класифікацію методів оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства на рис. 1.4.

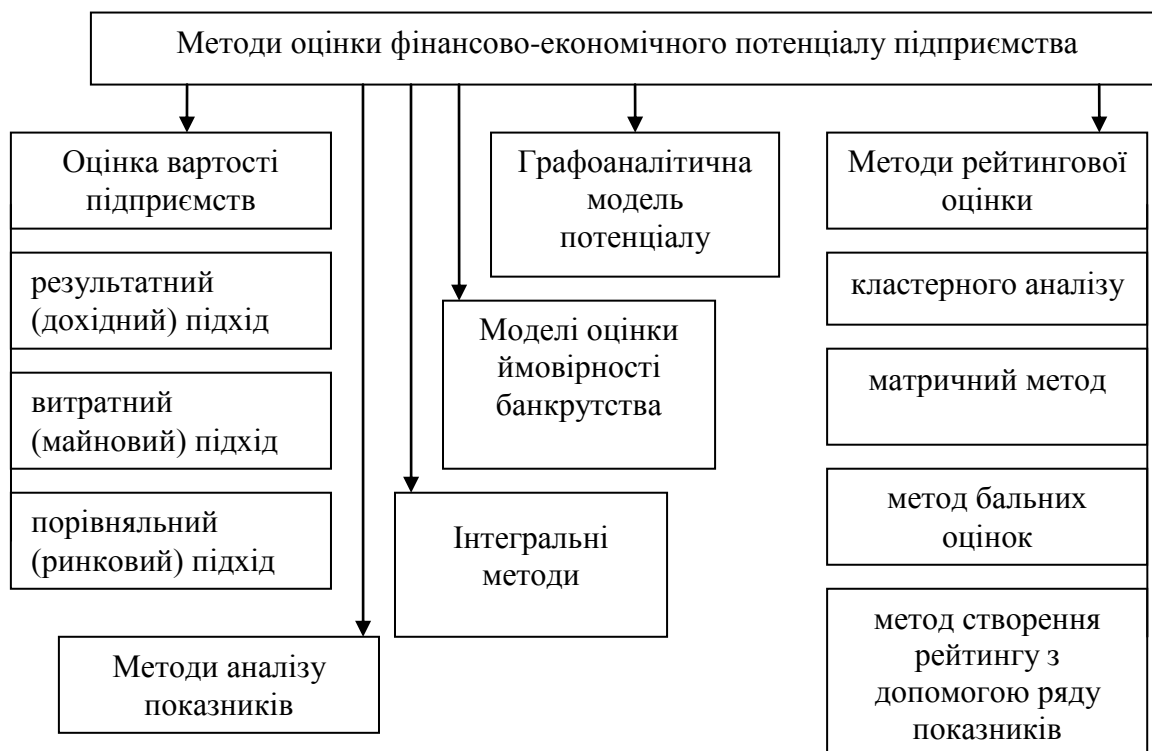


Рис. 1.4. Методичні підходи до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства

Джерело: складено автором з використанням [83]

“Залежно від уявлення про пізнавальні функції методів та ступеня їх формалізації (в даному випадку розуміється міра спрямованості методу на фіксацію строго певного набору аналізованих змінних і кількісний їх вимір) можна виокремити наступні групи методів, які використовуються при оцінці фінансово-економічного потенціалу підприємства” [59, с. 52]:

1) “методи формалізованого представлення включають аналітичні, статистичні, теоретико-множинні, логічні, лінгвістичні, семіотичні, графічні, дискретні, вартісні, рейтингові, бальні” [59, с. 52];

2) “якісні методи, засновані на дослідженні знань та інтуїції спеціалістів: метод мозкового штурму, метод сценаріїв, метод експертних оцінок, метод „Делфі”, морфологічний метод, метод ділових ігор, методи структуризації

(типу „дерева цілей”, „прогнозного графу”), метод вирішальних матриць” [59, с. 52];

3) “комплексні методи – включають комбінаторику, ситуаційне моделювання, графосеміотичне моделювання, методи дослідження інформаційних потоків, топологію, імітаційне динамічне моделювання, структурно-лінгвістичні, нормативні, індексні методи, індикаторні, матричні, інтегральні методи та ін” [59, с. 52].

Ковальов В.В. рахує, що кількісно фінансовий потенціал характеризують показниками ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, внутрішньофірмової ефективності, прибутковості, рентабельності та інвестиційної привабливості [67, с. 368].

Також Коваьов В.В. стверджує, що питання, чи досягається достатній рівень вартісного та фінансового потенціалу підприємства може бути перевірено аналізом показників, які характеризують положення компанії на ринку капіталу [67, с. 88].

Толпежніков Р.О. зазначає, що для оцінки фінансового стану найчастіше використовуються показники забезпеченості фінансовими ресурсами, платоспроможності, фінансової стійкості, прибутку, рентабельності, оборотності [173, с. 279].

Артем'єв Б. В. [5, с. 3] доводить, що для аналізу рівня використання економічного потенціалу підприємств недостатньо відомих методів економічного аналізу, а доцільно використовувати показники капіталомісткості та трудомісткості виробництва.

Вітчизняні науковці, такі як Макарова А.С. [83, с. 91], Кібук Т.М. [64, с. 152], Бачевський Б.Є. [7, с. 130], Федонін О.С. [177, с. 99], Гопкало О.І. [28, с. 35], Добикіна О. К. [142, с. 79], Касьянова Н.В. [141, с. 82], Сабадирьова А.Л. [158, с. 120] виокремлюють такі підходи до оцінювання потенціалу підприємства, як результатний (дохідний), витратний (майновий), порівняльний (ринковий). Кожен з методів має свої переваги та недоліки.

Загалом результатний (дохідний), витратний (майновий), порівняльний

(ринковий) підходи є підходами для оцінки вартості підприємств, однак окремі автори вбачають у вказаних методиках одні з можливих механізмів оцінки потенціалу підприємства.

До кожного з вказаних підходів автори відносять ряд своїх методів.

Дохідний підхід оцінює вартість об'єкта на засаді величини чистого потоку позитивних результатів від його використання [83, с. 91]. Витратний (майновий) підхід визначає вартість об'єкта за сумою витрат на його створення та використання. Порівняльний підхід визначає вартість на базі зіставлення з аналогами, що вже були об'єктами ринкових угод [83, с. 91].

Кожен з вищеназваних підходів має свої недоліки, оскільки оцінки дають уявлення про якісні складові об'єкта аналізу, суб'єктивний характер аналітичних процедур, що не дозволяє ототожнювати отримані результати за вищевказаними методами з можливостями підприємства, а саме зі значенням фінансово-економічного потенціалу підприємства.

Вартісні підходи до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства можуть мати місце у разі, якщо планується відкрити нове підприємство і необхідно провести розрахунок вартості, або при закритті підприємства та оцінки його ліквідаційної вартості. В процесі діяльності господарюючого суб'єкта доцільно застосовувати порівняльний (ринковий) підхід з метою оцінки дій конкурентів на ринку.

Макарова А.С. зазначає, що в рамках ресурсної форми залежно від часу, що береться до уваги під час оцінки, виділяють витратний (враховується минулий час) і порівняльний (дійсний час) підходи. У межах результативної форми залежно від проблемної орієнтації можна виокремити цільовий та дохідний підходи [83, с. 91].

Поруч з вищенаведеними підходами Кібук Т.М. розглядає ресурсний, структурний, цільовий, методику вартісної оцінки потенціалу, комплексну рейтингову оцінку, на основі конкурентного статусу, на основі узагальнюючого показника, на основі життєвого циклу, на основі його інтегрального коефіцієнту [64, с. 156-158]. Як зазначає вчений, якщо враховується тільки

минулий час, то методи зараховуються до групи витратних; якщо тільки дійсний час – до порівняльних (ринкових); якщо до уваги береться тільки майбутній час – до групи результатних (дохідних) [64, с. 152].

Краснокутська Н. С. [73, с. 247], Касьянова Н.В. [141, с. 19], Сабадирьова А.Л. [158, с. 37], Бачевський Б. Є. [7, с. 25] з метою проведення діагностики підприємницького потенціалу розглядають графоаналітичний метод („квадрат потенціалу”), який був запропонований у 1998 році в наукових працях І. М. Рєпіної [151, с. 263]. Метод передбачає діагностику діяльності підприємства за чотирма блоками (виробництво, розподіл та збут продукції, організаційна структура та менеджмент, маркетинг, фінанси) та графічне представлення результатів аналізу.

Хринюк О. С. [180] пропонує використовувати моделі розрахунку ймовірності банкрутства Е. Альтмана, О. Терещенка, як методи оцінки фінансового потенціалу підприємства.

Одним з важливих методів діагностики фінансово-господарської діяльності підприємства виступає механізм рейтингової оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства.

Мета рейтингової оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства – у достатньо короткі строки провести розрахунки на основі обраної математичної моделі комплексного фінансового дослідження операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства – об’єкта дослідження, ідентифікувати фактичні результати та обґрунтувати прогностичний тренд розвитку фінансово-економічного потенціалу суб’єкта господарювання у коротко- або довгостроковому періодах. Результатом такого аналізу буде кількісне вираження спроможності об’єкта дослідження забезпечити стабільність фінансово-господарської діяльності, приріст ринкової вартості підприємства та забезпечення доходу його власників у коротко- та довгостроковій перспективах [124, с. 284].

Підсумкова рейтингова оцінка враховує усі важливі параметри (показники) фінансово-господарської та виробничої діяльності підприємства,

тобто, господарської активності в цілому. Під час її побудови використовують дані про виробничий потенціал підприємства, рентабельність його продукції, ефективність використання та ефективність фінансових ресурсів, стан й розміщення коштів, їх джерел та інші показники. Точна й об'єктивна оцінка фінансово-економічного потенціалу не може базуватися на довільному наборі показників. Тому вибір й обґрунтування вихідних показників фінансово-господарської діяльності мають здійснюватися на основі теорії фінансів підприємства, виходити з потреб суб'єктів управління в аналітичній оцінці [155].

Проаналізувавши праці науковців, доцільно виокремити наступні підходи до рейтингової оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства:

- 1) рейтингова експрес-оцінка.
- 2) методика комплексної порівняльної рейтингової оцінки:
 - метод сум;
 - метод балів;
 - метод відстаней;
- 3) методи створення рейтингу за допомогою ряду показників, кластерного аналізу, матричний метод аналізу, метод бальних оцінок.

З метою оперативного визначення рівня фінансово-економічного потенціалу може проводитись порівняльна рейтингова комплексна експрес-оцінка підприємства. Вона дозволяє здійснити аналіз абсолютних показників діяльності підприємства, а також горизонтальний, вертикальний та трендовий аналіз. Основною відмінністю між експрес-аналізом і поглибленим аналізом фінансово-економічного потенціалу є рівень деталізації аналітичних розрахунків.

Касьянова Н.В. [141, с. 183] при проведенні експрес-оцінки потенціалу пропонує розглядати три-пять ключових узагальнюючих показників оцінки кожної складової потенціалу.

Турчак В.В. та Чижинська С.Д. для оцінки фінансового потенціалу

пропонують здійснювати експрес-аналіз фінансових показників, що включає показники фінансової стійкості, ліквідності та рентабельності та заборгованості. Далі на базі отриманих значень формують рейтингову оцінку для певного підприємства, порівнюючи показники з нормативними. Автори пропонують визначати коефіцієнт комерційної репутації підприємства та оцінку ефективності системи управління фінансами [175, с. 51].

Для визначення рейтингового числа підприємства, що аналізується, за методом експрес-оцінки використаємо п'ять показників, які найповніше характеризують фінансово-економічне становище: забезпеченість власними коштами ($K_{\text{заб}}$), коефіцієнт поточної ліквідності ($K_{\text{пот}}$), коефіцієнт оборотності активів ($K_{\text{об}}$), коефіцієнт рентабельності продажів ($R_{\text{пр}}$), прибутковість (рентабельність) власного капіталу підприємства ($R_{\text{БК}}$).

На основі наведених п'яти показників рейтинг підприємства визначається за формулою:

$$R=2*K_{\text{заб}} + 0,1*K_{\text{пот}} + 0,08*K_{\text{об}} + 0,45*R_{\text{пр}} + R_{\text{БК}} \quad (1.1)$$

Нормативне значення рейтингової оцінки – 1. Порівняння показників і рейтингової оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства необхідно розраховувати за ряд років, що дає можливість зробити висновки про ефективність (або неефективність) бізнесу. Зростання рейтингу свідчить про поліпшення фінансово-економічного потенціалу підприємства, зниження – про погіршення.

Методика комплексної порівняльної рейтингової оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства заснована на теорії і методиці фінансового аналізу. Вказану методику для одержання рейтингової оцінки стану і рівня використання підприємницького потенціалу підприємства рекомендує застосовувати Добикіна О.К. [142, с. 80].

Для комплексної рейтингової оцінки фінансово-економічного потенціалу на основі матричної моделі використовуються методи сум, бальної оцінки і

методи відстаней. Для розрахунку рейтингу обирають певний набір показників, що характеризують окремі напрямки діяльності підприємства, які підлягають аналізу.

В кожного з методів рейтингової оцінки є свої особливості репрезентативності. Надійніші результати інтегральної рейтингової оцінки досягаються під час використання комбінованого способу розрахунку рейтингу підприємства.

Переваги й недоліки методів рейтингової оцінки підприємства узагальнені в табл. 1.8.

Таблиця 1.8

Переваги й недоліки методів рейтингової оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства

Метод	Переваги	Недоліки
Метод створення рейтингу з допомогою ряду показників	Простота при застосуванні	Не всі показники, відібрані щодо рейтингової оцінки можуть повністю характеризувати фінансове становище підприємства.
Метод кластерного аналізу	Найбільш точний метод, з допомогою якого можна отримати підсумкову оцінку фінансово-економічного потенціалу підприємства.	Труднощі в отриманні інформації про діяльність підприємств-конкурентів.
Матричний метод аналізу	Є універсальним інструментом для оперативного проведення розрахунків з метою оцінки ефективності діяльності підприємства у цілому та її структурних підрозділів.	Деякі взаємозв'язки між основними показниками залишаються осторонь і немає певних найменувань (наприклад, співвідношення виробничих фондів і матеріальних витрат).
Метод бальних оцінок	Кількісна оцінка ліквідності, ділової активності, фінансової стійкості, рентабельності як доданків конкурентоспроможності дозволяє виявити сильні та слабкі сторони кожного підприємства.	Оцінки залежать від суб'єктивних припущень експертів.

Джерело: складено автором на основі [141, 142, 175]

Найбільш важливим залишається метод оцінки фінансово-економічного

потенціалу за допомогою інтегрального показника фінансово-економічного потенціалу. Інтегральний показник дозволяє здійснити оцінку наявного потенціалу шляхом застосування розробленого показника, що включає в себе окремі напрями оцінки явища. Показники, включені в формулу можуть бути як кількісними, так і якісними. Однак, якісні показники необхідно виміряти за допомогою статистичних спостережень, опитувань, або експертних висновків.

Бикова В.Г. [11, с. 13] у своєму дослідженні визначає інтегральний показник комплексної оцінки фінансово-економічного потенціалу шляхом добудку попередньо обрахованих показника комплексної оцінки фінансового потенціалу та показника комплексної оцінки економічного потенціалу. Кожен з показників комплексної оцінки автор поділяє: фінансовий потенціал на блокіпоказників прибутковості, ділової активності, якості майнового стану; економічний потенціал – на блоки показників виробничого та ресурсного потенціалів. Блочні оцінки визначає як середньоарифметичні зважені значення одиничних оцінок показників, що входять до цього блоку, а комплексні оцінки фінансового й економічного потенціалів – як середньоарифметичні зважені значення блочних оцінок.

Капканець В. С. [59, с. 52] розробив алгоритм визначення галузевого рівня фінансово-економічного потенціалу шляхом використання інтегральних методів. Науковцем включено у загальну формулу розрахунку 13 показників фінансової стійкості, ліквідності, рентабельності та платоспроможності. Отримані значення галузевих значень фінансово-економічних індикаторів нормалізовано на основі їх порівняння з еталонним значенням. Отримані результати представлено графічно. Порогові значення результатів в оцінці рівня фінансово-економічного потенціалу галузі ранжуються за значеннями „високий”, „середній”, „низький”.

Дослідженням методики оцінки економічного потенціалу переробних підприємств АПК з використанням інтегральної методології присвячено праці Гудзь Ю.Ф. [34, с. 56]. Автор пропонує здійснити дослідження економічного потенціалу за показниками, що характеризують окремо управлінський,

виробничий, фінансовий та трудовий потенціали. На підставі вказаних даних пропонується розрахунок інтегрального показника рівня економічного потенціалу підприємства.

Автор дослідження вважає, що для побудови інтегрального методу оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства необхідно провести аналіз його основних структурних складових – фінансового та економічного потенціалу; а також їх основних субпотенціалів – виробничого, маркетингового та інноваційно-інвестиційного (рис. 1.5).

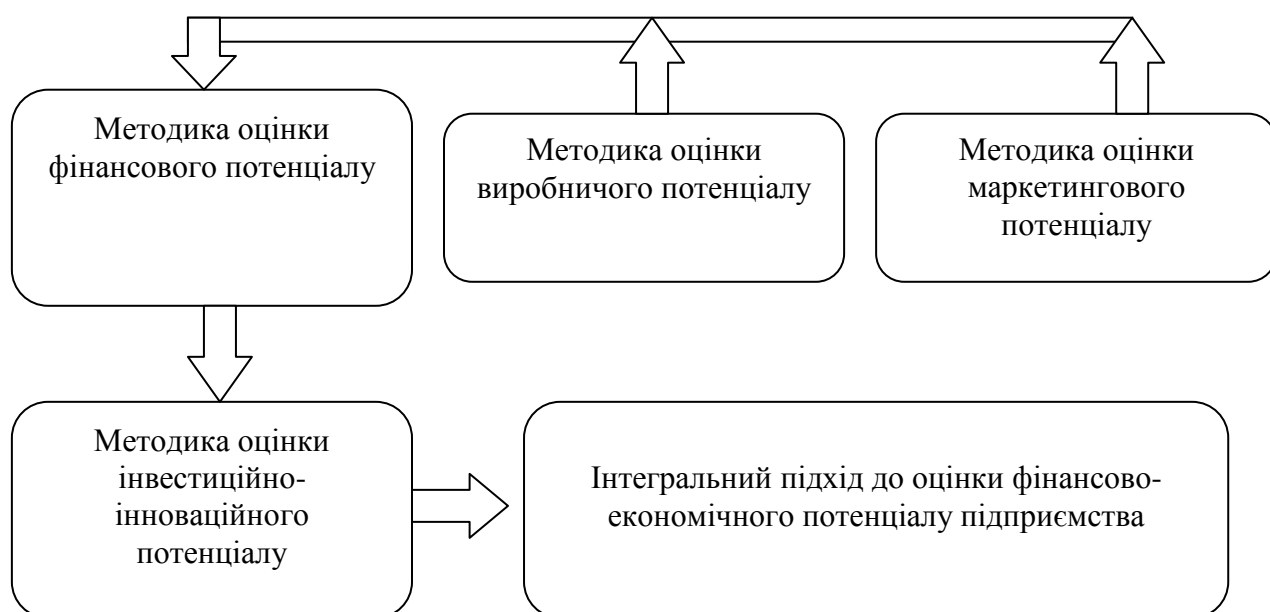


Рис. 1.5. Схематична модель визначення методики оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства

Джерело: складено автором на основі [11, 34, 59]

Як наслідок, варто відмітити, що визначення рівня фінансово-економічного потенціалу підприємства може бути здійснено за допомогою значної кількості науково-методичних підходів. На думку автора дослідження, методи оцінки за допомогою горизонтального і вертикального аналізу показників діяльності підприємства можуть бути застосовані лише як додатковий, супровідний метод аналізу.

Вартісні методи оцінки потенціалу не відображають значення потенціалу. Їхнє призначення – забезпечувати максимізацію вартості підприємства, що в умовах нестабільної економічної ситуації може не відобразити об'єктивну ситуацію. Застосування вказаних методів можливе при створенні та ліквідації підприємства, а не здійснення порівняння вартості підприємства у динаміці.

Моделі оцінки ймовірності банкрутства найчастіше застосовуються при оцінці фінансового потенціалу, однак вказані методи оцінюють чи наявна загроза банкрутства підприємства, чи ні. Тобто за допомогою вказаних методик можна оцінити мінімальний рівень фінансово-економічного потенціалу підприємства. Тоді як порівняння щороку вказаними методиками рівня наявного потенціалу і його динаміки не є можливим.

Отже, найоптимальнішими методами оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залишаються рейтингові та інтегральні методи, тому на їх базі буде побудований розроблений методичний підхід.

Висновки до розділу 1

1. Встановлено, що у сучасній науковій думці сформувались відмінні погляди на сутність „потенціалу підприємства” та його складових елементів. Систематизовано наукові підходи до трактування поняття „потенціал підприємства” в окремі напрямки розгляду категорії, а саме: „передумови, що використовуються для ефективного розвитку потенціалу підприємства”, „максимально можливий об'єм, обсяг виробництва матеріальних благ і послуг” та „наявні здібності до створення матеріальних благ і послуг”, „обсяг робіт у наведених одиницях виміру витрат праці”, „здатність виконувати цілеспрямовану роботу”. На підставі комплексного порівняльного аналізу структури потенціалу підприємства та його складових частин визначено, що думки вчених розділилися: фінансовий і економічний потенціали вивчають у структурі потенціалу підприємства, фінансовий потенціал досліджують як

складову економічного потенціалу, тоді як в дисертаційному дослідженні фінансово-економічний потенціал розглядається як нерозривна категорія.

2. Обґрунтовано взаємозв'язок між поняттями „потенціал”, „економічний потенціал”, „фінансово-економічний потенціал”. Узагальнено та удосконалено визначення понять „потенціал”, „економічний потенціал”, сформовано визначення „фінансово-економічного потенціалу підприємства” як систему управління наявними фінансовими ресурсами, визначення джерел їх залучення та вибір напрямів інвестування відповідно до наявних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища з метою отримання максимально можливого фінансового результату, а також реалізації цілей і напрямів розвитку підприємства.

3. Встановлено, що фінансово-економічний потенціал є системним поняттям, що містить фінансову складову економічного потенціалу. До складових формування і розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства включено чотири види потенціалів підприємства. Економічний потенціал розглядається в тій частині, які саме види діяльності підприємства допомагають нарощувати фінансово-економічний потенціал, а саме: виробничий та маркетинговий потенціал. У фінансовому напрямку оцінки фінансово-економічного потенціалу базовими визначено інноваційно-інвестиційний та фінансовий потенціали.

4. Визначено базові принципи оцінки фінансово-економічного потенціалу, до яких віднесено цілісність, комплексність та системність; гнучкість; диверсифікованість ризиків; створення умов для нарощування внутрішніх фінансових ресурсів; науковість та інформаційне підґрунтя прийнятих управлінських рішень; дієвість та результативність. Дотримання вказаних принципів дозволить реалізувати наявні та приховані можливості підприємства, що дозволять наростити фінансові ресурси з метою їх подальшого використання, забезпечення фінансової стабільності, стійкості, платоспроможності та конкурентоспроможності підприємства на ринку.

5. Систематизовано методи щодо оцінки фінансово-економічного

потенціалу підприємства, серед яких основне місце належить методам формалізованого представлення, якісним та комплексним методам. Визначено, що серед вартісних підходів до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства, доцільно застосовувати лише порівняльний (ринковий) підхід з метою оцінки дій конкурентів на ринку. Встановлено, що найбільш показовим та результативним підходом щодо оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства являється комплексна інтегральна рейтингова оцінка. Обґрунтовано схематичну модель визначення методики оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства, що базується на методиках оцінки фінансового, виробничого, маркетингового, інноваційно-інвестиційного субпотенціалів підприємства.

Результати досліджень опубліковані у [125, 126, 127, 133, 134].

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

2.1. Дослідження розвитку підприємств хлібопекарської промисловості в контексті формування валової доданої вартості регіону

Сучасний етап розвитку України характеризується прискоренням темпів розвитку економіки. Відбуваються структурні зрушення в господарській системі, що супроводжуються значними змінами в регіональному соціально-економічному розвитку держави.

Трансформація економіки України в сучасних ринкових умовах зумовлює дослідження кожної пріоритетної сфери виробничої діяльності вітчизняних підприємств з метою оцінки їх рівня діяльності, а також їх сукупного внеску до формування валової доданої вартості регіону.

Збалансований розвиток виробництва є одним з головних завдань економічної політики кожної країни, здійснення якого являється основною умовою задоволення потреб внутрішнього ринку в продовольчих товарах, а також формуванням потужного їх експортного потенціалу.

Розвиток внутрішнього виробництва та нарощення економічної потужності вітчизняних виробників є пріоритетним завданням для України та українців. Тільки співпрацею разом з урядом, розумінням та бажанням розвитку бізнесменів, допомогою міжнародних організацій вдасться забезпечити розвиток вітчизняних галузей народного господарства.

Важливу роль у формуванні валової доданої вартості регіонів України відіграє харчова промисловість. Необхідність дослідження розвитку харчової промисловості підкреслюється тим, що саме продукція споживання виступає невід'ємною складовою раціону кожної людини, тому їх виробництво буде завжди актуальним. Розвиток вітчизняного ринку продовольства є важливим

для економіки країни, оскільки забезпечує населення якісними продуктами харчування, а також створює можливості для розвитку власної справи та збільшенню матеріального добробуту українців.

Традиційні умови і чинники розвитку економіки, а також необхідність реакції на перетворення ринків, зумовили нерівномірність розвитку регіонів та областей України.

Використання показників, що базуються на відтворювальному підході до управління розвитку області дозволить визначити її місце в територіальному поділі праці а також проаналізувати найважливіші внутрішньорегіональні економічні пропорції відтворення.

Валовий регіональний продукт є узагальнюючим показником, що характеризує рівень соціально-економічного розвитку регіону (табл. 2.1). Інформація щодо валового регіонального продукту областей України за 2015-2017 роки наведена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Порівняння валового регіонального продукту областей України
за 2015-2017 роки

	2015 рік		2016 рік		2017 рік		Відхилення 2017 від 2016 р.
	млн. грн.	питома вага, %	млн. грн.	питома вага, %	млн. грн.	питома вага, %	
Україна	1988544	100,0	2385367	100,0	2445001	100,0	59634
Львівська область	94690	4,8	114842	4,8	116565	4,8	1723
Херсонська область	32215	1,6	38743	1,6	38937	1,6	194
Чернівецька область	18506	0,9	21239	0,9	21303	0,9	64
Київська область	104030	5,2	128638	5,4	135327	5,5	6689
Волинська область	31688	1,6	35744	1,5	36924	1,5	1180

Джерело: розраховано автором за даними [102, 103, 104, 105, 106, 107]

Обсяг валового регіонального продукту, який утворений в Україні у 2016 році, становив 2385,4 млрд. грн., тоді як у 2017 році збільшився на 59,6 млрд. грн. та досягнув 2445,0 млрд. грн. Найбільшу частку з порівнювальних областей в сумі загального валового регіонального продукту країни у 2017 році склали Львівська (4,8%) та Київська області (5,5%). Оскільки Чернівецька область є найменшою в Україні за площею, у 2015-2017 роках спостерігається найнижчий рівень питомої ваги у валовому регіональному продукті України – 0,9%.

Проведення аналізу стану використання території України з визначенням рекомендованих напрямів розвитку областей у майбутньому сприяє подальшому дослідженню напрямків розвитку економічного потенціалу підприємств України в розрізі окремих галузей промисловості. Проведений аналіз доводить, що зосередження потужних об'єктів промисловості на території країни характеризується значними диспропорціями, що, безумовно, впливає на роль регіонів та областей у життєдіяльності країни.

До провідних галузей харчової промисловості України належить хлібопекарська галузь. Хлібопекарські підприємства здійснюють виробництва хліба та виробів хлібобулочних нетривалого зберігання для споживання мешканців країни в обсягах, які забезпечують норми державної продовольчої безпеки.

Хлібопекарська галузь грає значну соціальну і стратегічну роль у житті суспільства. У сумарному обсязі продукції всієї харчової промисловості України вона займає одне із провідних місць, а частка хлібопродуктів у раціоні населення України складає 15 %, що підтверджує їхній статус як основного продукту харчування. Традиційно цій галузі приділяється менше уваги, ніж іншим, але будь-які зміни, що відбуваються на ринку хліба і хлібобулочних виробів, моментально впливають на економічне та соціально-політичне життя країни [190].

Хліб відноситься до найпоширеніших продуктів харчування. Він завжди користується попитом споживачів та вважається стабільною справою.

Проведемо дослідження місця хлібопекарської промисловості у обсязі реалізованих харчових продуктів Чернівецької, Київської, Львівської, Херсонської та Волинської областей у 2017 році (рис. 2.2).

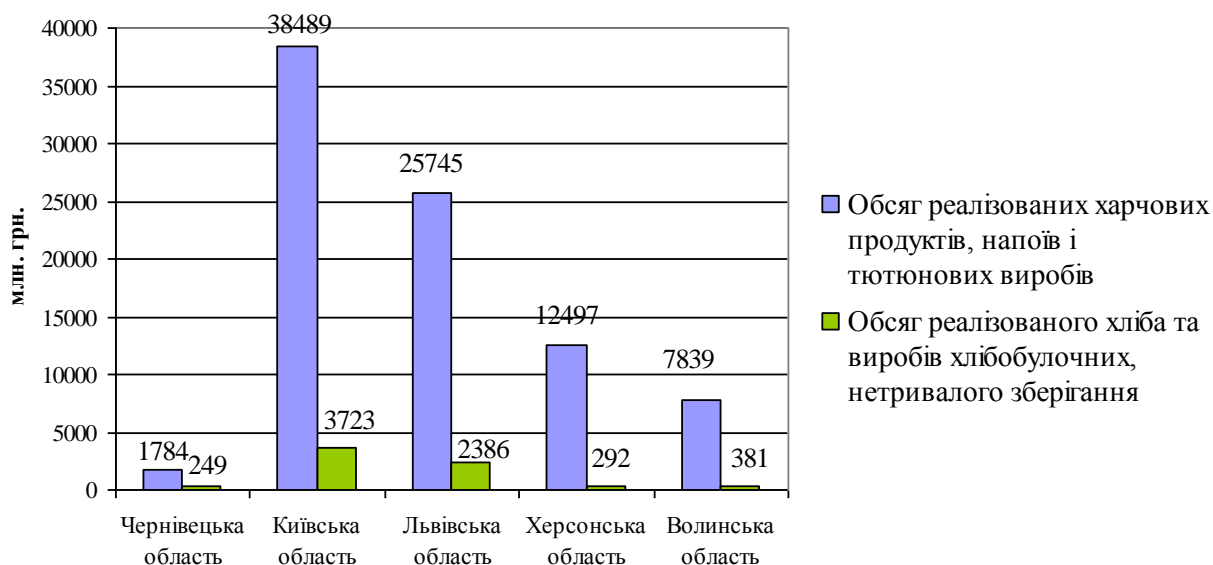


Рис. 2.2. Аналіз реалізованих харчових продуктів, в тому числі хліба та хлібобулочних виробів, окремих областей України у 2017 році

Джерело: побудовано автором за даними [102, 103, 104, 105, 106, 107]

За розрахунковими даними та офіційною статистикою у 2017 році найбільше реалізовано харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів у Київській та Львівській областях, найменше – у Чернівецькій. Відслідковується взаємозалежність між кількістю населення області та обсягом спожитих продуктів харчування. Найбільший обсяг реалізованого хліба та хлібобулочних виробів спостерігається в Київській області, в якій обсяг реалізованого хліба та виробів хлібобулочних, нетривалого зберігання склав 3723 млн. грн., або 9,7% від обсягу реалізованих харчових продуктів в області. Найбільша частка хлібопекарської промисловості у обсязі реалізованих харчових продуктів – в Чернівецькій області, а саме 13,9%, а найменше – у Херсонській області (2,3%). Вказана частка відображає, що в окремих областях харчова промисловість є більш розвиненою, а в інших ні.

Розглянемо обсяг реалізованого хліба та виробів хлібобулочних нетривалого зберігання окремих областей України у 2013-2017 роках (рис. 2.3).

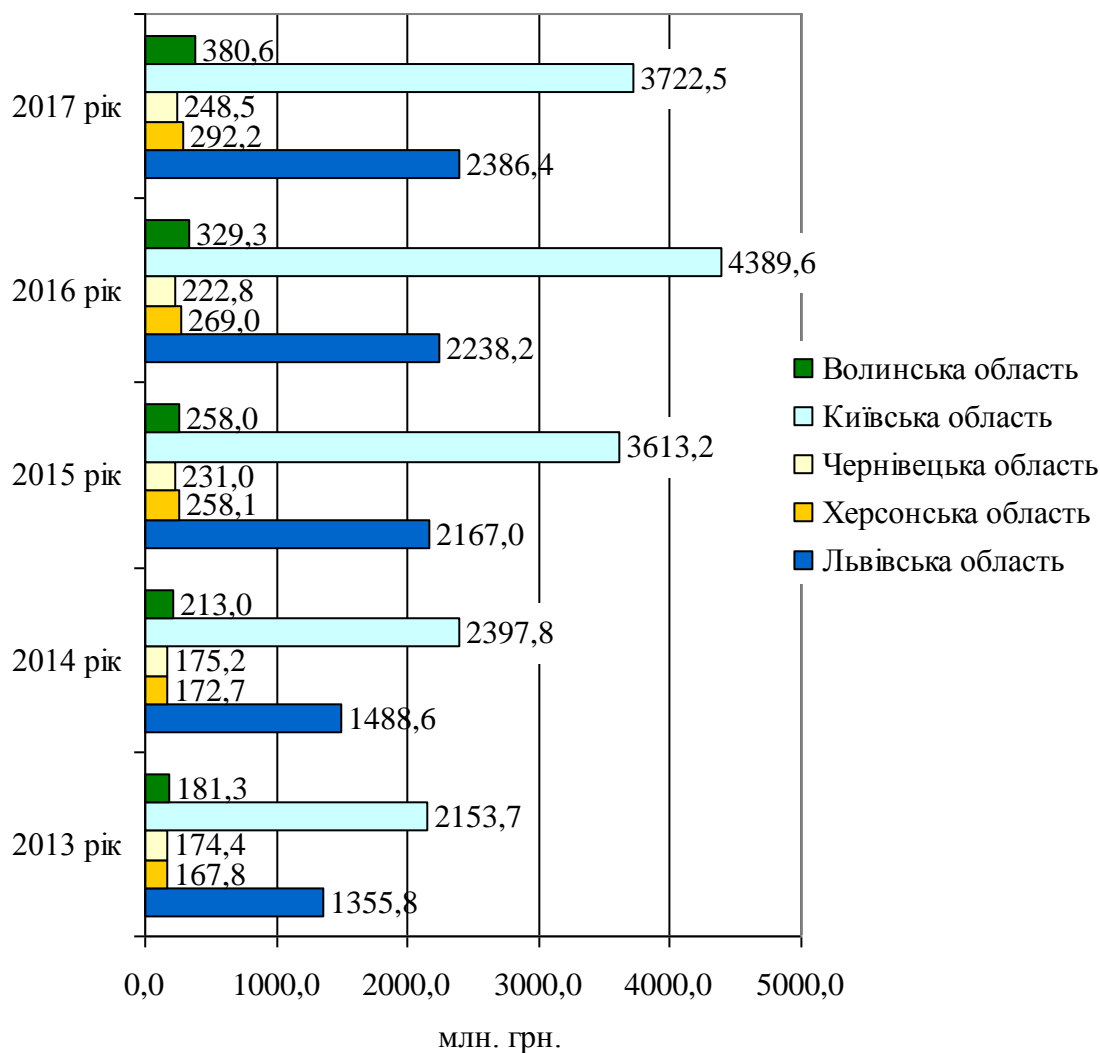


Рис. 2.3. Динаміка реалізованого хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання окремих областей України у 2013-2017 роках

Джерело: побудовано автором за даними [102, 103, 104, 105, 106, 107]

За даними Державної служби статистики України [102], в останні роки в Україні спостерігається зменшення виробництва хлібу та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання, зокрема від 1561 тис. тонн у 2013 році до 1049,4 тис. тонн у 2017 році. Аналогічна динаміка спостерігається і по областях України.

Тоді як згідно з рис. 2.2 загальна вартість реалізованого хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання України у 2017 році порівняно з

2013 роком зросла на 7434,2 млн. грн., або на 76,9%. Вказана динаміка пояснюється зростанням цін на хліб у 2017 році порівняно з 2013 роком на 33,5 грн. за кг., або на 76,2%.

Загальну уяву про просторову локалізацію та територіальну структуру виробництва дає аналіз споживання хліба і хлібних продуктів у середньому за місяць у розрахунку на одну особу.

Норма споживання хлібобулочних виробів населенням України визначена у „споживчому кошику”, законодавчо закріплена та не змінювалась з 2000 року. До набору продуктів харчування для працездатного населення у 2000 році, згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 14 квітня 2000 р. №656 [146] входило споживання 101 кг на рік (хліб житній – 39 кг, хліб пшеничний – 62 кг), або 8,4 кг загалом на місяць. При коригуванні „споживчого кошика”, норму споживання хліба, незважаючи на постійне зменшення споживання хлібопродуктів, актуалізовано не було і постановою Кабінету Міністрів України 2016 року [147] затверджено ті ж показники попередньої постанови.

Здійснимо порівняння споживання хліба і хлібних продуктів у середньому за місяць у розрахунку на одну особу по областях України (кг) за 2013-2016 роки з вказаним нормативом.

Таблиця 2.2

Аналіз споживання хліба і хлібних продуктів у середньому за місяць у розрахунку на одну особу по областях України за 2013-2016 роки

	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	Норматив	Відхилення 2016 року від нормативу
Чернівецька область	9,9	9,7	9,0	8,8	-	0,4
Київська область	8,6	8,1	8,2	6,8	-	-1,6
Львівська область	8,8	8,8	8,0	8,0	-	-0,4
Херсонська область	10,2	10,2	9,2	9,0	-	0,6
Волинська область	9,8	9,2	8,7	8,5	-	0,1
Україна	9,0	9,0	9,0	8,3	8,4	-0,1

Джерело: розраховано автором за даними [102, 103, 104, 105, 106, 107]

В останні роки в більшості проаналізованих областей спостерігається зниження показника споживання хліба і хлібних продуктів. Зокрема, в Київській області у 2016 році порівняно з 2015 роком споживання хліба і хлібних продуктів у середньому за місяць у розрахунку на одну особу зменшилось на 1,4 кг, у Чернівецькій області – на 0,2 кг. В цілому по Україні обсяг споживання хліба зменшився на 0,7 кг.

Згідно наведених даних, обсяг споживання хліба в окремих областях не досягає норми добового споживання. Зокрема, в Київській області, за даними статистики, населення споживає на 1,4 кг на місяць менше хлібопродуктів, ніж закріплено в нормативі.

Однак, дослідження окремих експертів, внаслідок зростання цін та низького рівня середнього заробітку населення, кількість споживання хлібу та хлібних продуктів населення України у 2016-2017 роках вживає хліб на 20% більше за раціональною нормою споживання.

Враховуючи зазначене, ємність ринку хлібопекарських виробів є значно більшою за обсягом, ніж відображається у офіційній статистиці. Відображений у статистичній звітності спад виробництва хліба та хлібобулочних виробів впродовж останніх років, коли на ринку було достатньо борошна, дає підстави зробити висновок про збільшення виробництва хліба міні-пекарнями та супермаркетами, що виробляють хліб.

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України проводить оцінку рівня тіньової економіки за методом збитковості підприємств, на базі статистичних даних про фінансові результати діяльності до оподаткування великих та середніх підприємств [116]. За розрахунками Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, рівень тіньової економіки у 2017 році склав 31% від обсягу офіційного ВВП, що на 4 % менше за показник 2016 року (рис. 2.4).

Зменшення рівня тіньового сегменту вітчизняних підприємств за підсумком 2017 року спостерігалось у переробній та добувній промисловості, фінансовій та страховій діяльності, а також в операціях з нерухомим майном.

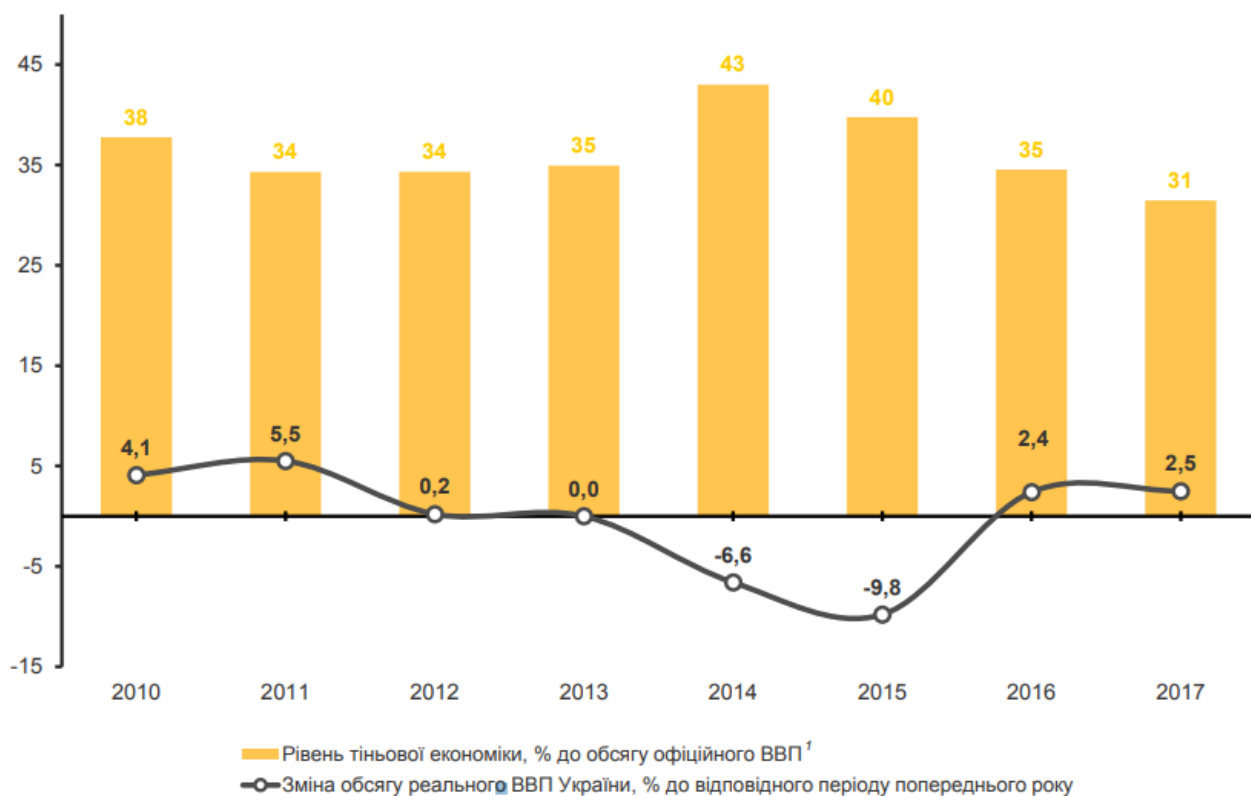


Рис. 2.4. Інтегральний показник рівня тіньової економіки в Україні (у % від обсягу офіційного ВВП) і темпи приросту/зниження рівня реального ВВП (у % до відповідного періоду попереднього року)

Джерело: складено автором з використанням [116].

Тіньова економіка відображає незаконну діяльність суб'єктів господарювання шляхом ухилення від сплати податків і зборів, порушень в оплаті праці та реєстрації працюючих кадрів тощо. Інтегральний показник рівня тіньової економіки в Україні, розрахований у % від обсягу офіційного ВВП, відображає зменшення у 2014 року рівня тіньової економіки з 43% до 31% у 2017 році. Це позитивно відображає результат дії влади в сфері упорядкування та регулювання економічних відносин суб'єктів господарювання.

Враховуючи те, що населення України споживає хлібопекарські продукти навіть більше, ніж встановлено в нормативі в 101 кг на рік [147] (табл. 2.2), шляхом порівняння фактичного обсягу виробництва хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання в Україні (т) та споживання хліба та

хлібопекарських продуктів відповідно до норми (т), можна визначити відсоток „тіньового ринку” хлібопекарської промисловості (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Відсоток „тіньового ринку” хлібопекарської промисловості України та окремих областей у 2013-2017 роках, %

	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Відхилення 2017 від 2016 року	
						абсолютне (+, -)	відносне (%)
Львівська область	76,4	77,9	80,2	80,9	82,2	1,3	1,7
Херсонська область	71,0	73,0	74,6	75,2	79,1	3,8	5,1
Чернівецька область	71,5	72,3	74,7	78,1	80,3	2,2	2,8
Київська область	49,0	45,3	35,3	33,9	41,8	8,0	23,5
Волинська область	67,5	68,1	70,3	70,1	73,3	3,3	4,7
Всього по Україні	66,0	68,8	71,5	73,8	75,5	1,7	2,3

Джерело: розраховано автором за даними [102, 103, 104, 105, 106, 107]

Відповідно до розрахованих даних, у 2017 році хлібопекарські підприємства виготовили лише 24,5% продукції, яку спожило населення України. Тоді як сектор „тіньового ринку” хлібопекарської промисловості продовжує зростати з 2013 року (66,0%) і до 2017 року (75,5%), незважаючи на те, що чисельність населення України зменшується. Найнижчий відсоток „тіньового ринку” у 2017 році спостерігається в Київській області (41,8%), а найвищий – у Львівській області (82,2%).

Однак варто відмітити, що поняття „тіньового ринку” в цьому випадку не відображає саме незаконну діяльність суб’єктів господарювання. В таблиці насамперед відображені невраховані у даних органів статистики обсяги виробленої хлібопекарської продукції.

Якщо споживачі продукції продовжували забезпечувати свій раціон хлібопекарською продукцією, а вона неврахована в даних органів статистики, це може бути зумовлено такими причинами:

- виробництво хліба та хлібопекарської продукції підприємствами, які

не декларують своєю основною діяльністю виробництво хліба та хлібобулочних виробів;

– виробництво хліба та хлібопекарської продукції підприємствами, які застосовують спрощену систему оподаткування;

– самостійне випікання хліба населенням в домогосподарствах.

Спеціалізація кожної з областей формується сукупністю сприятливих соціально-економічних, природних, культурних, історичних та інших умов і факторів розвитку.

Ступінь сконцентрованості виробництва певної галузі показує індекс рівня спеціалізації. Наведемо вихідні дані для аналізу районної спеціалізації галузі, зокрема показники питомої ваги галузі у області, питомої ваги галузі в країні в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Вихідні дані для аналізу районної спеціалізації хлібопекарської промисловості для окремих областей України у 2013-2017 роках

	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Відхилення 2017 від 2016 року
Питома вага галузі у області, %:						
Чернівецька область	4,3	3,9	3,4	2,4	2,4	0,0
Київська область	3,3	3,6	4,3	4,3	3,4	-0,8
Львівська область	3,9	3,8	3,7	3,1	2,6	-0,5
Херсонська область	1,5	1,4	1,5	1,0	1,0	0,0
Волинська область	1,7	1,6	1,3	1,4	1,3	-0,1
Питома вага галузі в країні, %	0,9	0,8	1,3	0,8	0,8	-0,1

Джерело: розраховано автором за даними [102, 103, 104, 105, 106, 107]

Найбільша питома вага хлібопекарської галузі серед аналізованих областей України спостерігається в Київській області у 2015 та 2016 роках, коли виробництво хліба та виробів хлібобулочних нетривалого зберігання становило 4,3% загального виробництва ринку, а у 2015 році зменшилось на

0,8%. Найвища питома вага галузі в країні також була у 2015 році (1,3%). На фоні скорочення виробництва внаслідок складної економічної ситуації в країні, хлібопекарська галузь продовжувала забезпечувати населення хлібом, в тому числі і за рахунок дотацій з бюджету.

Розрахуємо індекс рівня районної спеціалізації хлібопекарської промисловості для Чернівецької, Київської, Львівської, Херсонської та Волинської областей у 2013-2017 роках в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Оцінка індексу рівня районної спеціалізації хлібопекарської промисловості для окремих областей України у 2013-2017 роках

	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Відхилення 2017 від 2016 року
Чернівецька область	5,0	4,9	2,6	2,8	3,0	0,2
Київська область	3,8	4,4	3,3	5,0	4,3	-0,7
Львівська область	4,5	4,7	2,8	3,7	3,3	-0,4
Херсонська область	1,8	1,8	1,2	1,2	1,3	0,1
Волинська область	1,9	1,9	1,0	1,7	1,6	0,0

Джерело: розраховано автором за даними [102, 103, 104, 105, 106, 107]

Найбільше значення індексу рівня районної спеціалізації хлібопекарської промисловості спостерігається в Чернівецькій області, а саме – в 2013 році та у 2016 році в Київській області, коли значення показника досягло 5. Це свідчить про те, що хлібопекарська промисловість є однією з провідних у галузі промисловості області. У 2017 році індекси областей зменшились: Чернівецької області складав 3,0, Київської – 4,3, Львівської – 3,3, Херсонської – 1,3, Волинської – 1,6. Значення індексу рівня районної спеціалізації хлібопекарської промисловості Херсонської і Волинської областей у 2013-2017 роках коливалось у незначному діапазоні – від 1,0% до 1,9%.

Незважаючи на те, що індекс рівня районної спеціалізації хлібопекарської промисловості у Херсонській області серед аналізованих областей був одним з

найменших і у 2015-2017 роках складав 1,2-1,3, показник споживання хліба і хлібних продуктів у середньому за місяць у розрахунку на одну особу у 2012-2016 роках серед аналізованих був максимальним та складав 10,2 кг на одну особу, а у 2016 році зменшився до 9,0 кг на одну особу.

Дослідимо динаміку виробництва хліба та виробів хлібобулочних нетривалого зберігання за видами (КВЕД 10.71) по Україні за 2016-2017 роки в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Виробництво хліба та виробів хлібобулочних нетривалого зберігання в Україні за видами за 2016-2017 роки

(т)

	2016 рік	2017 рік	Абсолютне відхилення (+;-)	Відносне відхилення (%)
Хліб та вироби хлібобулочні, нетривалого зберігання	1127226,6	1049448,0	-77778,6	-6,9
Хліб житній	10994,2	11467,0	472,8	4,3
Хліб пшеничний	478458,0	438746,0	-39712,0	-8,3
Хліб житньо-пшеничний і пшенично-житній	361368,5	332459,0	-28909,5	-8
Вироби булочні	270959,5	261205,0	-9754,5	-3,6
Хліб дієтичний	1804,8	1572,0	-232,8	-12,9
Хліб інший	3830,5	3999,0	168,5	4,4
Торти	15631,8	15835,0	203,2	1,3
Тістечка	9143,1	9390,0	246,9	2,7
Вироби здобні (булочки підвищеної калорійності, лісткові, рулети з маком, рогалики тощо)	69105,5	70764,0	1658,5	2,4
Пироги, пиріжки, пончики	7138,9	8481,0	1342,1	18,8
Солодощі східні борошняні	132,0	122,0	-10,0	-7,6

Джерело: складено автором згідно даних [102]

Виробництво хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання в Україні у 2017 році зменшилось на 6,9% порівняно з 2016 роком.

За структурою, найбільша частка у 2017 році припадає на пшеничний (41,8%), пшенично-житній (31,7%) хліби, булочні вироби (24,9%). Дієтичний

хліб споживає невелика частка населення, оскільки його частка в загальному виробництві склала лише 0,1%. З погіршенням платоспроможності населення зменшилось виробництво дієтичного хліба на 12,9%. Виробництво пирогів, піріжків і пончиків зросло з 7138,9 тонн у 2016 році до 8481,0 тонн у 2017 році (на 18,8%).

На ринку хлібопекарської промисловості в Україні існує значна конкуренція. В основному, боротьба за споживачів ведеться між великими хлібзаводами та малими приватними виробниками хліба.

За даними Антимонопольного комітету України [52], структура ринку хлібопекарської продукції є конкурентною. Ринок хліба та хлібопекарських виробів є доволі стійким і територіально обмеженим, зазвичай міжрегіональним або регіональним, особливістю якого є нетривалий термін зберігання готової продукції (до 3 діб). Плече доставки – в середньому до 150 км, що пов'язано зі значними транспортними витратами. Конкуренція за споживачів підсилюється власним виробництвом хліба торговельними мережами.

У галузевій програмі розвитку хлібопекарської галузі на період до 2015 року [26] визначено, що понад 70 відсотків від загального обсягу хліба та хлібобулочних виробів випікають великі промислові підприємства, решту – приватні пекарні, мережа торгівлі, великі супермаркети та інші виробники. Тоді як за даними дослідження компанії Pro-Consulting [108], на сьогоднішній день, в країні налічується близько 400 промислових пекарень і приблизно така ж кількість приватних малопотужних хлібопекарень продуктивністю від 1 т продукції на рік і більше. Тобто співвідношення в окремих областях між ринком великих підприємств та міні-пекарнями не 70/30%, а 50/50%.

Кількість підприємств, що здійснюють виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів та дані Державній службі статистики України продовжує скорочуватись з 2013 року, зокрема зменшилась з 1133 у 2015 році до 1007 у 2016 році, або на 11,1% [39]. За даними дослідження компанії Pro-Consulting [108], виробництво хлібобулочних та кондитерських виробів в Україні в 2017 році офіційно включало близько 750 компаній.

Згідно з даними експертів, близько 40-60% виробництва в Україні знаходиться „в тіні” [108]. Виробники приватних міні-пекарень створюють так званий „тіньовий сектор” для офіційних даних про споживання хлібних продуктів та обсягу виробництва хліба. Однак, їх перевагами є мобільність, швидке реагування на вподобання споживачів, випуск особливих сортів хліба. Тоді як великі підприємства більш зосереджені на стабільному забезпеченні населення, в тому числі і малозабезпеченого, так званим „соціальним хлібом”. „Соціальним” називають хліб масового вжитку, який складається із стандартних інгредієнтів: борошно, дріжджі, сіль, вода, без великого вмісту олії та цукру. Вартість такого сорту хліба є дешевшою, оскільки він не містить компонентів високої вартості.

Враховуючи те, що хлібзаводи розташовані в кожній області, а також конкурують між собою та малими роздрібними виробниками, можна з впевністю стверджувати, що жодне хлібопекарське підприємство не може істотно впливати на випуск продукції галузі.

Антимонопольний комітет України [52] визначив основні характеристики українського ринку хліба:

- характеризується стабільним попитом;
- регіональний або міжрегіональний внаслідок нетривалих термінів зберігання та плеча доставки 15-200 кілометрів;
- має значну тіньову частину, що не підпадає під державний статистичний облік;
- власне виробництво супермаркетів та невеликі пекарні, що не потрапляють до статистичних даних, але впливають на рівень конкуренції;
- велика кількість артикулів та найменувань ускладнює визначення товарних меж ринку.

Хлібопекарські підприємства України працюють на вітчизняному ринку досить довготривалий термін. Ринкові умови господарювання вимагають від вітчизняних підприємств швидкого реагування на зовнішні та внутрішні виклики та невизначеність ринку. Відміна державного регулювання цін на

хлібопекарську продукцію дозволило привести підприємствам ціни до ринкових та економічно обґрунтованих.

Учасники ринку хліба та хлібобулочних виробів України відображені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Учасники ринку хліба та
хлібобулочних виробів України

Ланцюг постачання	Кількість учасників	Основні гравці	Напрямок діяльності
Виробництво	близько 1000 великих і малих хлібо заводів	ХК „Хлібні інвестиції”, ПАТ „Київхліб”, „Куліничі”, Концерн „Хлібпром”	Виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів
Оптова торгівля	Більше 100 учасників	ТОВ „Август-Кий”, ТОВ „Афіна-Груп”, ТОВ „Тема-Б”, ТОВ ТД „Гекта”, ТОВ „Альта-Віста”	Забезпечення населення основними продуктами харчування сільськогосподарського походження, логістика
Роздріб	Безліч	Торгівельні мережі (супермаркети), магазини, МАФи, продовольчі ринки	Реалізація готової продукції через точки збуту підприємствами – виробниками хлібопекарської продукції
Споживач	42,2 млн. чол.	Населення України	Купівля, замовлення і споживання хліба та хлібобулочних виробів для особистих потреб

Джерело: вдосконалено автором на базі [52, 102]

В більшій мірі, хлібопекарські підприємства розподілили ринки збуту готової продукції між собою. У числі провідних хлібобулочних виробників залишаються такі компанії, як: „Концерн Хлібпром”, холдинг „Хлібні інвестиції”, „Група Lauffer”, ПАТ „Київхліб”, ТОВ „Хлібокомбінат „Куліничі” та ТМ „Формула смаку”.

Група підприємств по виробництву та торгівлі хлібобулочними виробами в Україні Lauffer Group об'єднує агропромисловий холдинг „Урожай”, що

об'єднує в собі підприємства масложирового, бакалійного, зернового і елеваторно-технічного напрямку, та холдинг „Золотий урожай”, до якого входять хлібопекарські підприємства та торгові компанії з продажу хлібопекарської продукції [115]. Компанію створено в 1995 році. Масштабне розширення бізнесу компанія почала в 2010 році. До напрямків діяльності компанії відноситься хлібопекарський бізнес, борошномельний, консервний, макаронний, олійножировий, майонезний бізнес, а також поставка хлібопекарського обладнання. До напрямків діяльності групи також входять роздрібна торгівля і страхова компанія. Ринок збуту підприємств Lauffer Group зосереджений в Центральній, Східній та Південній Україні.

В сегменті хлібопекарської продукції продукція бізнес-групи торгових і виробничих підприємств Lauffer Group представлена торговими марками: „Урожай”, „Булкін”, „Салтівський”, „Коровай”. Продукція компанії реалізується в торгових мережах України, яких як: „Варус”, „Новус”, „Бімаркет”, „Мегамаркет”, „Таврія В”, „Еко”, „Ашан”, „Велика Кишеня”, „Амстор”, „Український рітейл”, „Караван”, „Євротек”.

У зв'язку з військовими діями на сході України, Lauffer Group зіштовхнулася з значним зменшенням ринку збуту в Донецькій та Луганській областях. На території цих областей в м. Маріуполь, м. Покровськ, м. Дружківка, м. Сєверодонецьк, м. Селидове, м. Костянтинівка і м. Курахово знаходяться сім хлібо заводів компанії Lauffer Group. Продукція реалізується в 2730 торгових точках. В сегменті промислових виробників Донецької області доля ринку Lauffer Group складає 60%. До того ж, вказані підприємства у 2017-2018 роках збільшили асортимент продукції на 16 одиниць.

Незважаючи на труднощі, спричинені військовими діями та значне соціальне навантаження, компанія запровадила нову програму „Соціальний хліб”, згідно з якою у фірмових точках роздрібної торгівлі реалізується хліб за спеціальними низькими цінами із збереженням високого стандарту якості продукції. Поставка хлібопекарської продукції в межах програми „Соціальний хліб” відбувається через 750 фірмових точок роздрібної торгівлі, що

розташовані в Одеській, Харківській, Дніпропетровській, Донецькій і Луганській областях.

В Одеській області знаходяться чотири хлібозаводи компанії Lauffer Group в м. Одеса, м. Подільськ та м. Білгород-Дністровський з 3970 торговими точками збуту хлібопекарської продукції. В сегменті промислових виробників Одеської області Lauffer Group займає лідируючі позиції з часткою ринку 70%.

На цей час діяльність Lauffer Group зосереджена на енергозберігаючих технологіях, оптимізації логістики, мережі збуту та бізнес-процесів, розвитку активів, підвищенні якості продукції та розширенні її асортименту.

На ринку м. Київ та Київської області конкурують ПАТ „Київхліб”, ТОВ „Кулиничі” та ПАТ „Хлібні інвестиції”.

ПАТ „Київхліб” працює на ринку з 1930 року і являється одним з лідерів виробництва хліба не тільки в Києві та Київській області, а й по всій Україні. До складу публічного акціонерного товариства входять 9 виробничих майданчиків – дочірніх підприємств у м. Київ та Київській області, а саме: цехи 1, 3, 4, 7-8, 9 в м. Київ, Фастівський, Білоцерківський, Макарівський, Сквирський хлібокомбінати. Продукція ПАТ „Київхліб” реалізується на внутрішньому ринку в обсязі 65%, тоді як 35% продукції тривалого зберігання відправляється на експорт.

Потужність виробництва на день досягає більше ніж 500 тонн хлібобулочних виробів та 10 тонн інших хлібних виробів. До асортименту продукції входять 250 одиниць хліба, солодких хлібобулочних виробів, короваїв тощо [110]. Асортимент продукції постійно переглядається та оновлюється відділом інновацій.

Підприємство оснащено закордонним високотехнологічним обладнанням, зокрема облаштовано тістомісильні відділення, встановлено спеціальні лінії для виробництва хліба „Рондо”, які майже повністю автоматизовано.

На підприємстві ПАТ „Київхліб” впроваджена та функціонує система управління якістю у відповідності з вимогами міжнародних стандартів ISO 9001:2008.

ПАТ „Київхліб” має значний власний автопарк спеціальних машин, які забезпечують доставку готової свіжої продукції до пунктів продажу, та дистриб’юторську мережу. Це дає змогу споживачам знайти на полицях магазинів свіжий і ароматний хліб, який виробляють пекарі компанії „Київхліб”.

Холдинг „Хлібні інвестиції” об’єднує хлібозаводи України: ПАТ „Івано-Франківський хлібокомбінат”, ТОВ „Перший столичний хлібзавод”, ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”, ТОВ „Бердичівський хлібзавод”, ПАТ „Теремно хліб” та фабрика макаронних виробів торгової марки „Макарелла” – ТОВ Продовольча компанія „Chanta Mount” [109]. Розташування підприємств холдингу зображено на рис. 2.5.

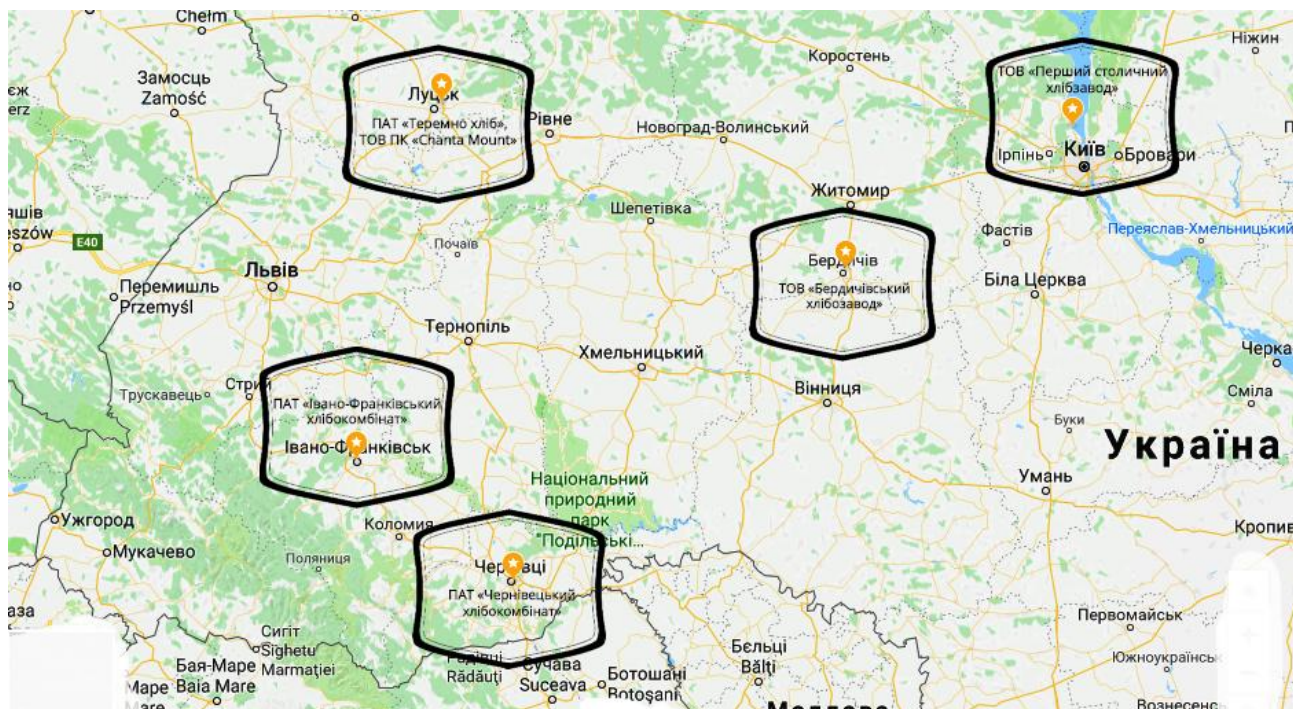


Рис. 2.5. Місцезнаходження підприємств холдингу „Хлібні інвестиції” на карті України

Джерело: Google Maps

Підприємства в межах холдингу „Хлібні інвестиції” відкрили більше 2000 магазинів, в тому числі 70 фірмових. Налагоджена оптова мережа з 41 точок продажу. Підприємства холдингу „Хлібні інвестиції” мають власний автопарк.

Щоденна потужність ПАТ „Івано-Франківський хлібокомбінат” складає 54 тони хліба. Підприємство є найбільшим постачальником хлібопекарської продукції на території Івано-Франківської області. ПАТ „Івано-Франківський хлібокомбінат” активно проводить оновлення технічного оснащення підприємства: встановлено нові механізовані лінії, голландська піч, шведське та голландське обладнання для поділу тіста, німецький апарат для змішування тіста. Проведена модернізація відділення виробництва батонів та лінії з виробництва кондитерських виробів, реконструкція цеху по виготовленню формового хліба з встановленням окремої виробничої лінії для вказаного виду продукції.

ТОВ „Перший столичний Хлібозавод” зосереджений в с. Нові Петрівці Київської області та являється одним з конкурентів у виробництві хліба на ринку споживачів Київської області, разом з ПАТ „Київхліб” та ТОВ „Кулиничі”. Потужність підприємства складає 130 тон на день. Хлібозавод оснащено німецьким, словенським та іншим іноземним обладнанням. Встановлено ротаційні шведські печі, російський апарат для поділу тіста, шафа для відстоювання від українського виробника. Введено в експлуатацію лінію з виробництва заварних сортів хліба, лінію з виробництва житнього хліба та цех по виготовленню булочних дрібноштучних виробів. Планується провести другий етап оновлення технічного забезпечення у найближчі роки. Продукція ТОВ „Перший столичний хлібозавод” поставляється як у свіжому вигляді, так і запакованою за допомогою власної налагодженої системи логістики.

Основними видами економічної діяльності ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” являється виробництво хліба та хлібобулочних виробів, неспеціалізована оптова торгівля харчовими продуктами, напоями та тютюновими виробами, роздрібна торгівля хлібом, хлібобулочними та кондитерськими виробами. Загалом ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” виготовляє близько 74 тони хлібобулочних виробів на добу. Підприємство є основним постачальником хліба на території Чернівецької області. Для

реалізації продукції споживачам відкрито 50 власних фірмових торгових точок „Цар Хліб”.

ТОВ „Бердичівський хлібо завод” виготовляє щоденно близько 50 тонн хлібо булочних виробів. Хлібо завод здійснює випуск хлібо булочних виробів в упакованому вигляді, серед яких також кекси, мафіни, печиво, тістечка, торти. На підприємстві встановлено сучасне хлібопекарське обладнання. Нещодавно проведено капітальний ремонт виробничих та складських приміщень. Для потреб хлібо заводу придбано хлібовозні машини та борошновоз.

ПАТ „Теремно хліб” існує більше 30 років на вітчизняному ринку і здійснює випуск більше 50 тонн на добу, забезпечуючи хлібо булочними виробами Волинську область. Асортиментний склад продукції ПАТ „Теремно хліб” складається з більше, ніж 140 найменувань, до якого входять лаваші, хлібці, кондитерські вироби, паски, короваї, хліба, заварні хліба, батони, булочні вироби, здобні булочні вироби, печиво, кекси, пряники, сухарі здобні тощо. На підприємстві влаштовано булочний цех по виробництву штучних дрібних виробів з ротаційними печами та лінією з виготовлення листкового тіста. В межах підприємства діє також фабрика макаронних виробів торгової марки „Макарелла” та випуск макаронів бренду „Брайбанті”. Сировина для виробництва макаронних виробів є екологічно чистими зернами пшениці, які поставляються з Вінницького регіону.

ПАТ „Концерн Хлібпром” [111] являється одним з лідерів підприємств хлібопекарської промисловості. В структуру Компанії входить 6 переробних підприємств Львівської та Вінницької областей, а саме: завод хлібо булочних напівфабрикатів, цех кондитерських виробів в м. Львів, Львівські хлібо заводи №1 та №5, борошномельний комплекс „Явірмлин”, дочірні підприємства „Вінницяхліб” та „Гайсинхліб”. ПАТ „Концерн Хлібпром” виготовляє до 300 тонн продукції щоденно, до якої входять хліб, хлібо булочні вироби, кондитерські вироби та тістові напівфабрикати. Концерн Хлібпром реалізує продукцію під такими торговими марками, як ТМ „Вінницяхліб”, ТМ „Хлібна хата”, ТМ „Bandinelli” (солодоці), ТМ „2go” (круасани), ТМ „Panerini”

(чіабати, багети, хлібці та булочки), ТМ „Хліб по-львівськи”, ТМ „Любляна” (тортики, тістечка, пироги, мафіни, круасани). Маркетингова політика компанії націлена на збільшення запакованого хліба в загальному обсязі випущеної продукції. Нещодавно холдинг випустив преміальну лінійку сортів хліба, які випечені за унікальними рецептурами народів світу – Фінський, Шведський та Польський хліби.

Розвиток торгової марки „Куліничі” був розпочатий на ринку східної України в 1995 році в смт Кулиничі Харківської області. Сьогодні до складу хлібопекарського комплексу ТМ „Куліничі” [113] входять 6 філій: 1 в Київській області, 1 в Полтавській області, 4 – в Харківській області. Під ТМ „Куліничі” здійснюється виробництво хлібобулочних, кондитерських виробів, а також заморожених листкових напівфабрикатів. У 1999 році підприємства були обладнані 7 автоматизованими лініями. З 2007 року було розширено асортимент продукції (круасани, штруделі, слойки і булочки) завдяки впровадженню технології шокової заморозки „Part Baked”. Особливостями хлібопекарської корпорації „Куліничі” є повний автоматизований цикл виробництва хлібобулочних виробів, наявність логістичного центру, а також власна система реалізації через фірмову мережу.

ТМ „Формула Смаку” – це офіційно зареєстрований в 2002 році торговельний знак. Під ТМ „Формула смаку” [112] працюють виробники хлібобулочних та кондитерських виробів Дніпропетровської, Миколаївської, Черкаської та Чернігівської областей. Щомісячно підприємства ПАТ „Криворіжхліб”, ТОВ „Миколаївський хлібозавод №1”, ПАТ „Ніжинський хліб”, ТОВ „Черкасихліб ЛТД” та ТОВ „Чернігівський хлібокомбінат”, об’єднані під торговою маркою „Формула смаку”, виготовляють близько 10 тис. тон хлібобулочних виробів. Загальний асортимент підприємств ТМ „Формула Смаку” складає більше 300 видів хлібобулочних та 400 – кондитерських виробів. З метою реалізації виготовленої продукції, ТМ „Формула смаку” відкрито фірмові магазини у Кіровоградській, Черкаській, Полтавській та Миколаївській областях.

Визначення частки ринку є одним з перших кроків у вивченні конкурентів підприємства. Згідно з визначенням, конкурентами є підприємства, що виробляють хлібобулочні вироби та здійснюють їх реалізацію на тих же ринках, що й інші підприємства.

Більшість міні-пекарень в Україні, що працюють паралельно з великими хлібопекарськими підприємствами, – це пекарні з неповним виробничим циклом, тобто випікання хлібопродуктів на основі заморожених напівфабрикатів, продуктивність яких складає від 200 до 5 тис. кг за добу. На подібний формат підприємств припадають 4-5% національного ринку хліба. Так звані „пекарнібекерай” (поєднанні пекарні і кафе) працюють, в основному, в столиці, але останнім часом з'являються і в регіонах. Найбільше зареєстровано малих пекарень в Закарпатській, Івано-Франківській, Тернопільській, Чернівецькій, Херсонській, Миколаївській, Запорізькій та Харківській областях. Частка хліба, яка виготовлена мініпекарнями, в загальному обсязі випуску в цих регіонах вище, ніж в середньому по Україні, та коливається в межах 15-35% [79].

Незважаючи на те, що великі хлібопекарські підприємства в цілому по Україні розподілені регіонально та не являються між собою конкурентами в змаганні за всеукраїнських споживачів, оцінка сукупної ринкової частки, яку формують підприємства за результатами своєї діяльності, дозволить визначити загальну ефективність діяльності хлібопекарських підприємств та їх ступінь впливу на галузеві показники.

Отже, оцінимо ринкову частку окремих хлібопекарських підприємств України на базі статистичних даних (обсягу реалізованого хліба та виробів хлібобулочних, нетривалого зберігання в цілому по Україні) [102] та фінансової звітності хлібопекарських підприємств України [118]. Враховуючи те, що статистична звітність не відображає реального обсягу реалізованої хлібопекарської продукції, припустимо, що реальний ринок продукції вдвічі більший статистичного і розрахуємо статистичну („С”) та реальну („Р”) ринкові частки окремих хлібопекарських підприємств України (табл. 2.6).

Оцінка сукупної ринкової частки хлібопекарських підприємств України
у 2013-2017 роках

	2013 рік		2014 рік		2015 рік		2016 рік		2017 рік	
	С	Р	С	Р	С	Р	С	Р	С	Р
ПрАТ „Концерн Хлібпром”	5,9	2,9	6,5	3,3	9,2	4,6	10,0	5,0	11,4	5,7
ПАТ „Київхліб”	19,5	9,8	17,5	8,8	20,3	10,2	28,8	14,4	23,8	11,9
ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	0,7	0,4	0,8	0,4	1,3	0,6	1,5	0,7	1,5	0,7
ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	1,3	0,7	1,3	0,7	2,0	1,0	1,9	0,9	1,9	1,0
ПАТ „Теремно Хліб”	0,4	0,2	0,3	0,2	0,4	0,2	0,6	0,3	2,1	1,1

Джерело: розраховано автором на базі [102, 103, 104, 105, 106, 107, 118]

За розрахованими даними, найбільшу частку ринку хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання в цілому по Україні займає ПАТ „Київхліб”. Найбільша „реальна” частка його ринку спостерігалась у 2016 році, склавши 14,4%, а найнижча у 2014 році – 8,8%. Значну „реальну” частку вітчизняного ринку складає також діяльність ПрАТ „Концерн Хлібпром”, підприємство нарощує свої потужності, частка ринку продовжує зростати з 2,9% у 2013 році до 5,7% у 2017 році.

За інформацією компанії Pro-Consulting [108] з огляду на низьку концентрацію виробництва, найбільші виробники хлібопекарської продукції розташовані в регіонах з найвищим споживанням продуктів. На ринку хлібобулочних і кондитерських виробів немає чітких лідерів, частка ринку для виробників більшості видів продукції не перевищує 10%. Конкурентами національних виробників є місцеві оператори, торгові мережі з власною пекарнею, а також в сегменті тортів – державні та приватні підприємства громадського харчування. Малі виробники, що працюють за спрощеною системою оподаткування, отримують фінансові переваги в порівнянні з великими виробниками.

Розрахуємо регіональну ринкову частку хлібопекарських підприємств на базі статистичних даних обсягу реалізованого хліба та виробів хлібобулочних, нетривалого зберігання у розрізі областей України, де здійснює свою діяльність кожен з аналізованих хлібопекарських підприємств [102]) в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Оцінка регіональної ринкової частки хлібопекарських підприємств
України у 2013-2015 роках

	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Відхилення 2017 від 2016 року
ПрАТ „Концерн Хлібпром”	41,8	42,3	41,0	43,1	46,2	3,0
ПАТ „Київхліб”	87,6	70,6	54,3	63,3	61,8	-1,5
ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	42,5	43,9	47,7	52,1	49,2	-3,0
ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	73,9	72,5	84,3	80,7	74,9	-5,8
ПАТ „Теремно Хліб”	44,6	46,9	59,9	55,5	53,4	-2,1

Джерело: розраховано автором на базі [102, 103, 104, 105, 106, 107, 118]

Найбільшу частку на регіональному ринку у 2017 році займає ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” з ринковою часткою від обсягу реалізованого хліба та виробів хлібобулочних Чернівецької області 74,9%. За аналізований період найбільшу ринкову частку було досягнуто ПАТ „Київхліб” у 2013 році на ринку Київської області та м. Києва – 87,6%. В межах половини регіонального ринку досягаються значення ринкової частки підприємств ПАТ „Теремно Хліб”, ПрАТ „Концерн Хлібпром” та ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”. Тільки Концерну Хлібпрому вдалось збільшити на 3% свою регіональну ринкову частку у 2017 році порівняно з 2016 роком.

Визначення частки, яку займає підприємство у виробництві вказаного виду продукції в області, в якій воно здійснює свою основну діяльність є показовим також з точки зору оцінки конкурентоспроможності вказаного підприємства.

За даними ТОВ „ХК „Хлібні інвестиції” [109], частки ринку виробників хлібу розподілені наступним чином (рис. 2.6).

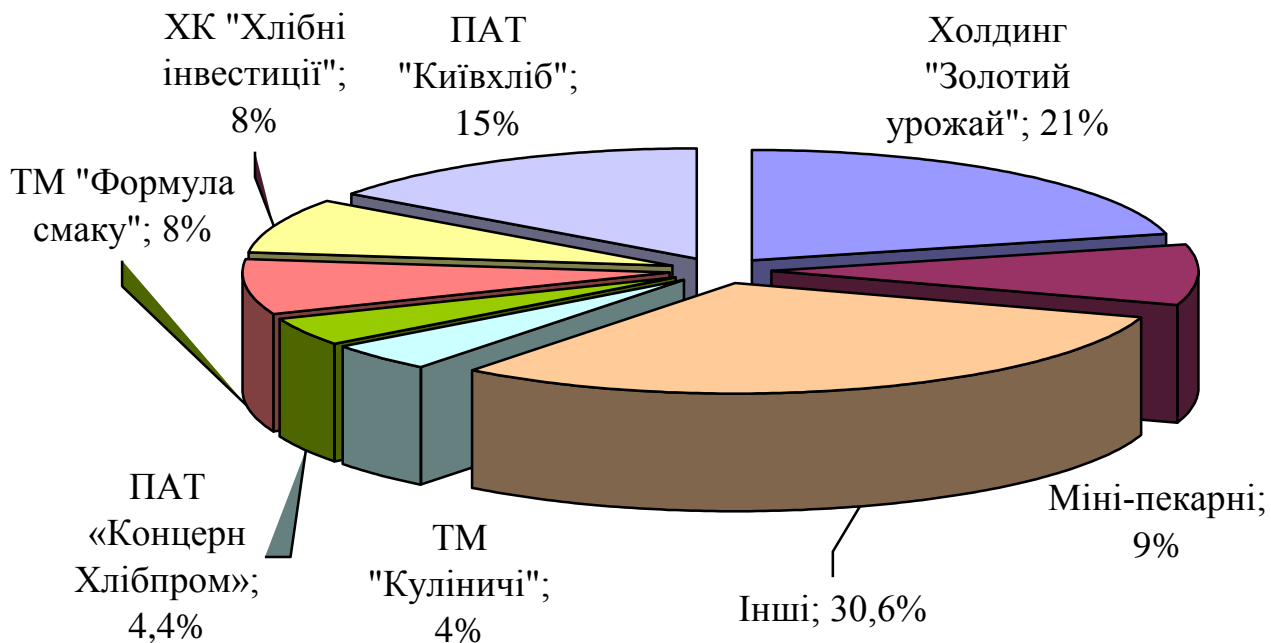


Рис. 2.6. Частки ринку виробників хлібу України

Джерело: побудовано автором на базі [109]

Конкурентоспроможність підприємства – інтегральний показник, який формується через ефективне використання виробничого, науково-технічного, трудового, інформаційного, маркетингового і фінансового потенціалів підприємства [13, с. 110]. Однак, у зв'язку з неможливістю отримати всебічної інформації щодо об'єкта оцінки, часто виникають труднощі з оцінкою окремих напрямків розвитку підприємства, що характеризують його конкурентоспроможність.

Експертні оцінки не завжди виступають достовірним джерелом для проведення аналізу та дослідження показників діяльності підприємства, оскільки оцінка членів експертної групи є суб'єктивною та залежить від ступеня ознайомлення фінансово-економічним станом підприємства, кваліфікованості та професійного досвіду експерта.

До показників, що оцінюються експертним шляхом традиційно відносять якісні показники. Експертами в дослідженнях можуть виступати споживачі продукції, працівники підприємства, фірми-конкуренти, менеджери, державні

службовці, закордонні представники тощо.

Серед численних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства виділяється метод, заснований на теорії ефективної конкуренції, що використовували у своїй науково-дослідній діяльності науковці Пастухова Т.Ю. [120], Четверик В.М. [182], Малік М.Й., Нужна О.А. [85] та інші вчені. Метод є доволі трудомістким, оскільки передбачає розрахунок трьох критеріїв конкурентоспроможності, кожен з яких об'єднує групу показників. Однак він дозволяє залучити в обчислювальному процесі чимало показників, що різнобічно характеризують діяльність підприємства.

Найбільш оптимальним методом оцінки являється побудова інтегрального показника, розрахунок якого включає в себе показники, що кількісно характеризують результати діяльності підприємства в аналізованому періоді.

Кожен з науковців розглядає окремі критерії та показники конкурентоспроможності підприємства, що можуть бути включені до розрахунку інтегрального показника. На переконання автора дослідження, доцільно змінити ряд використовуваних показників, обравши для формування інтегрального показника оцінки конкурентоспроможності підприємства наступні групи критеріїв та показники, що характеризують кожен з них:

1) ефективність виробничої діяльності підприємства (рентабельність витрат діяльності, рентабельність продукції за прибутком від реалізації, продуктивність праці, фондovіддача основних засобів);

2) фінансова стійкість (коефіцієнти фінансової незалежності, фінансової залежності, фінансового левериджу, самофінансування, забезпечення власного оборотного капіталу, маневрування, інвестування);

3) ділова активність (коефіцієнти оборотності дебіторської заборгованості, запасів, кредиторської заборгованості, тривалість обороту кредиторської та дебіторської заборгованості, тривалість операційного та фінансового циклу, коефіцієнт стійкості економічного зростання).

Розрахунок інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності поєднує

декілька послідовних етапів. Насамперед здійснюється розрахунок одиничних показників конкурентоздатності, а також їх переведення у відносні величини (бали). Серед сукупності проаналізованих підприємств, в розрізі років аналізу, по кожному з показників аналізованих підприємств обирається значення, що є найбільш оптимальним, якому присвоюється бал „1”. Підприємству, значення показника якого є найгіршим, присвоюється бал „5” (якщо сукупність аналізованих підприємств дорівнює п’яти). У підсумку бали по кожному з показників та критеріїв сумуються та розраховується інтегральний показник.

Інтегральний показник конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств (ІПК) пропонується розраховувати як середнє значення суми набраних балів по кожному з критеріїв: ЕВД – ефективність виробничої діяльності, ФС – фінансова стійкість, ДА – ділова активність. Розподіл місць найбільш конкурентоспроможних підприємств серед сукупності проаналізованих підприємств розподіляється від найменшого значення ІПК до найбільшого.

Проведемо оцінку конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств за наведеною вище методологією аналізу у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Оцінка конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств за методом, заснованим на теорії ефективної конкуренції у 2013-2017 роках

	2013 рік, балів	2014 рік, балів	2015 рік, балів	2016 рік, балів	2017 рік, балів	ІПК	Розподіл місць
ПАТ „Київхліб”	36	41	63	64	68	54,4	2
ПрАТ „Концерн Хлібпром”	85	83	86	85	78	83,4	5
ПАТ „Теремно Хліб”	58	50	52	48	45	50,6	1
ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	65	67	50	44	51	55,4	3
ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	56	59	49	59	58	56,2	4

Джерело: розраховано автором за допомогою даних підприємств

Внаслідок проведеного аналізу спостерігаємо, що серед досліджуваних підприємств хлібопекарської промисловості найнижчий інтегральний показник

конкурентоспроможності і відповідно найкращі показники діяльності серед хлібопекарських підприємств спостерігаються у ПАТ „Теремно Хліб”, складовому підприємству холдингу „Хлібні інвестиції”. Також поруч знаходяться значення ПАТ „Київхліб”, ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” та ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”, відстає лише ПрАТ „Концерн Хлібпром”.

Варто відмітити, що у всіх підприємств, крім ПАТ „Київхліб” та ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” спостерігається зменшення кількості набраних балів за результатами аналізу, що свідчить про те, що вказані 2 підприємства покращили свої конкурентні позиції на ринку.

Насправді, ринок збуту у наведених підприємств є в більшій мірі локальний, тому їм не доводиться конкурувати напряму з метою залучення споживачів для основного виду продукції – хлібопекарської. Однак, оцінка і реагування на дії потенційних конкурентів повинні обов’язково проводитись керівництвом компаній з метою захисту та попередження ризиків, а також запозичення досвіду управління діяльністю.

Отже, незважаючи на те, що вказані підприємств розміщені на територіях різних областей України, дослідження та аналіз підприємств-конкурентів у галузі дає змогу оцінити перспективи діяльності підприємства, можливість завоювання нових ринків збуту продукції, відкриття додаткових підрозділів та філій, а також розширення асортименту продукції з метою розвитку його фінансово-економічного потенціалу у майбутньому.

Внаслідок проведеного аналізу варто відмітити проблеми, що спостерігаються в хлібопекарській галузі та впливають на її частку в загальній промисловості країни:

- зменшення числа споживачів продукції внаслідок негативних явищ в демографічній ситуації країни: зниження чисельності населення України у зв’язку з міграцією, втрати території АР Крим, окремих районів Донецької та Луганської області, зменшення народжуваності дітей тощо;
- зниження купівельної спроможності населення – важке фінансове становище громадян спричинене затяжною економічною кризою, військовими

діями на території України у 2014-2018 роках, нестабільністю курсу національної валюти;

- зміна акцентів хлібопекарських підприємств на розширення сегменту заморожених хлібних напівфабрикатів з метою їх експорту закордон;

- у зв'язку з відміною дотацій із державного бюджету багато підприємств зіштовхнулись із проблемами ринкової конкуренції та організації виробництва;

- зростання тіньової частки ринку хліба та хлібобулочних виробів: малі пекарні витісняють великі підприємства з ринку та не дають реалізовувати продукцію у максимально можливих обсягах при заданій потужності виробництва;

- зношеність технічного оснащення та виробничих ліній на підприємствах хлібопекарської галузі (від 60% до 70%).

Невпинне скорочення обсягів виробництва та споживання продукції свідчить про те, що внаслідок відміни державного регулювання цін на хлібопекарську продукцію відбулось зростання конкуренції в галузі, внаслідок чого великі підприємства втрачають споживачів продукції і змушені переглядати свій ринок збуту.

Перспективними шляхами розвитку галузі та збільшення її якісної частки у валовій доданій вартості областей України сприятиме:

- націлення політики держави на зменшення „тіньового ринку державної статистики”, тобто забезпечення реєстрації підприємств – виробників хлібопекарської продукції за відповідним видом економічної діяльності;

- вдосконалення державного регулювання цін на борошно, енергоносії;

- діяльність органів влади на залучення іноземних інвестицій в розвиток харчової промисловості відповідного регіону, надання пільгового кредитування підприємствам хлібопекарської галузі на оновлення основних засобів;

- використання хлібопекарськими підприємствами ресурсозберігаючих технологій виробництва продукції, підвищення якості продукції, технічного забезпечення тощо.

Загалом варто відмітити, що хлібопекарська промисловість України – одна із стратегічних галузей економіки, покликана забезпечувати стійке постачання населення необхідними якісними продуктами харчування. На вітчизняному ринку спостерігається повна забезпеченість населення хлібом та хлібобулочними виробами нетривалого зберігання, що створює умови для розвитку експортного потенціалу та збільшення торгівельного сальдо платіжного балансу країни.

2.2. Оцінка фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості на базі оцінки впливу внутрішніх і зовнішніх факторів

На сьогоднішній день критеріями успішності для більшості підприємств являються його фінансові показники. Проте фінансовий результат не обов'язково пов'язаний з використанням потенціалу. Створений підприємством потенціал несе за собою набагато важливіші наслідки, ніж фінансовий успіх, проте його важче виміряти та оцінити.

Для того щоб мати можливість оцінити фінансово-економічний потенціал підприємства, недостатньо розуміти його сутність, необхідно мати чіткі ознаки його ідентифікації та оперувати переліком факторів зовнішнього і внутрішньовиробничого середовища, що впливають на нього діяльність.

Визначення факторів впливу на формування фінансово-економічного потенціалу підприємства має важливе наукове та практичне значення, оскільки уявлення про їх зміст визначає певний підхід до оцінки, вимірювання, планування та управління фінансово-економічним потенціалом підприємства.

Фінансово-економічний потенціал підприємства поєднує у собі можливості підприємств до розвитку та зростання. З метою забезпечення прибутковості діяльності у довгостроковій перспективі, підприємствам потрібно здійснювати аналіз зовнішньої кон'юнктури ринку, а також впровадження необхідних змін у внутрішні господарські рішення.

Вітчизняні вчені та науковці по-різному підходять до визначення факторів впливу на потенціал підприємства та їхніх складових.

Зокрема, Курінна О.В. [75, с. 164], розглядаючи фактори, що впливають на фінансовий потенціал підприємства, до зовнішніх факторів відносить: економічні умови ведення господарства; стадію життєвого циклу економіки країни; політичні зміни в державі; фінансовий стан держави; кон'юнктуру ринку; економічна, фінансово-кредитну та податкову політика держави. До внутрішніх факторів автор включає: склад, структуру, рівень конкурентоспроможності продукції, що випускається; обсяг витрат; ефективність організації процесів виробництва, постачання і збуту; склад і структуру майна та фінансових ресурсів; кваліфікацію управлінського персоналу.

Капканець В.С. стверджує, що на розвиток фінансово-економічного потенціалу можуть впливати такі фактори: політико-економічні ризики, податкова політика, динаміка ринку позикового капіталу, настрої вітчизняних та зарубіжних інвесторів, ефективність внутрішньої управлінської системи, наявність власних фінансових ресурсів, накопичений позитивний імідж та динаміка розвитку тощо [60, с. 30].

Макарова Г.С. [84, с. 48] під внутрішніми і зовнішніми факторами впливу розуміє причину сформованого стану певного субпотенціалу економічного потенціалу підприємства. В межах дослідження економічного потенціалу підприємства та його субпотенціалів наводить механізм формування економічного потенціалу підприємства та фактори впливу на субпотенціали економічного потенціалу будівельного підприємства. Вченою також розглянуто виділено безпосередні зовнішні фактори впливу на конкретні субпотенціали економічного потенціалу підприємства: техніко-технологічного, кадрового, фінансового, управлінсько-збутового та інноваційно-інвестиційного субпотенціалів, оцінка яких фактично формує методика оцінки економічного потенціалу підприємств.

Зовнішні фактори, що за твердженням Макарової Г.С. [84, с. 48] включають в себе фінансовий та інноваційно-інвестиційний субпотенціали, які можна згрупувати в такі основні групи:

- індекси цін на матеріали, виробництво та тарифи на послуги посередників;
- індекси цін виробників на ринку;
- вартість довгострокових та короткострокових кредитів для суб'єктів господарювання;
- індекси цін на інноваційну продукцію.

В межах інноваційно-інвестиційного субпотенціалу вченою не розглянуто індекси інвестування в фінансові інструменти, розподілу чистого прибутку підприємства, залучення інвестиційних коштів, що виступають важливими факторами при оцінці фінансово-економічного потенціалу підприємства.

Федонін О.С. [177, с. 100] розглядає чинники, що формують вартість об'єкта оцінки, які поділяє на: загальні чинники, безпосередньо не пов'язані з об'єктом оцінки (економічні, соціальні, політичні, природні), локальні чинники, які безпосередньо пов'язані з окремим класом об'єктів оцінки (фізичні, умови продажу, місцезнаходження, фінансово-економічні), індивідуальні чинники, які безпосередньо зумовлені конкретним об'єктом оцінки (матеріально-технічні, ринково-ситуаційні, соціально-трудова, структурно-функціональні).

Зокрема, в межах фінансово-економічних чинників Федонін О.С. розрізняє:

- дату оцінки та дати аналогічних ринкових угод;
- обсяги, умови та терміни кредитування;
- особливі умови фінансування; рівень наукової прогресивності;
- способи господарського використання.

Андріанов Ю.О., досліджуючи інвестиційний потенціал машинобудівних підприємств, за об'єктом впливу чинники класифікує на ті, які діють на інвестиційні ресурси і на інвестиційну привабливість машинобудівних підприємств. За джерелом виникнення чинники науковцем розподілено на

внутрішні і зовнішні [4, с. 5]. До внутрішніх відносять ті, які діють на інвестиційні ресурси та інвестиційну привабливість машинобудівних підприємств, а до зовнішніх – економічні, правові, соціальні, політичні [4, с. 5].

Суюсанова О. Л. [169] подає класифікацію факторів, що визначають розвиток підприємств харчової галузі, де в залежності від типу взаємодії системи управління й середовища підприємства вирізняє фактори стратегічної та оперативної взаємодії. Науковець виділяє окремі групи факторів, зокрема: конкурентні та маркетингові; природні, географічні, екологічні та ресурсні; науково-технічні, техніко-технологічні, інноваційні та інформаційні; правові та організаційні; соціально-економічні, демографічні та трудові; фінансові та інвестиційні.

Серед чинників формування ринкового потенціалу підприємства вчені Партин Г.О., Задерецька Р.І., Граціян О.В. [119] розглядають маркетингові (ідентифікація бренду на ринку), соціально-психологічні (пов'язані з клієнтською базою підприємства), поведінкові (інформування споживачів), управлінські (рівень професійної кваліфікації працівників), інформаційні (моніторинг та освоєння нових ринків збуту).

Жувагіна І. О. [50, с. 320] теж досліджує зовнішні та внутрішні чинники розвитку інвестиційного потенціалу. До зовнішніх чинників відносять стан розвитку економіки, політичну стабільність, доходи населення, розвиненість банківського сектору та інших фінансових інституцій, розвиненість ринку фінансових посередників, стан ринку праці, тощо. До внутрішніх чинників – політику розподілу прибутку, амортизаційну політику, розмір підприємства, кредитний рейтинг, ділову репутацію, фінансовий стан та інші.

З сутності поняття „фінансово-економічний потенціал” випливає, що він сформований за результатом синтезу фінансового та економічного потенціалу, однак враховує певні специфічні особливості. На підставі опрацювання праць вітчизняних і зарубіжних науковців, було сформовано фактори, що впливають на формування фінансово-економічного потенціалу підприємства, основна структура яких наведена на рис. 2.7.

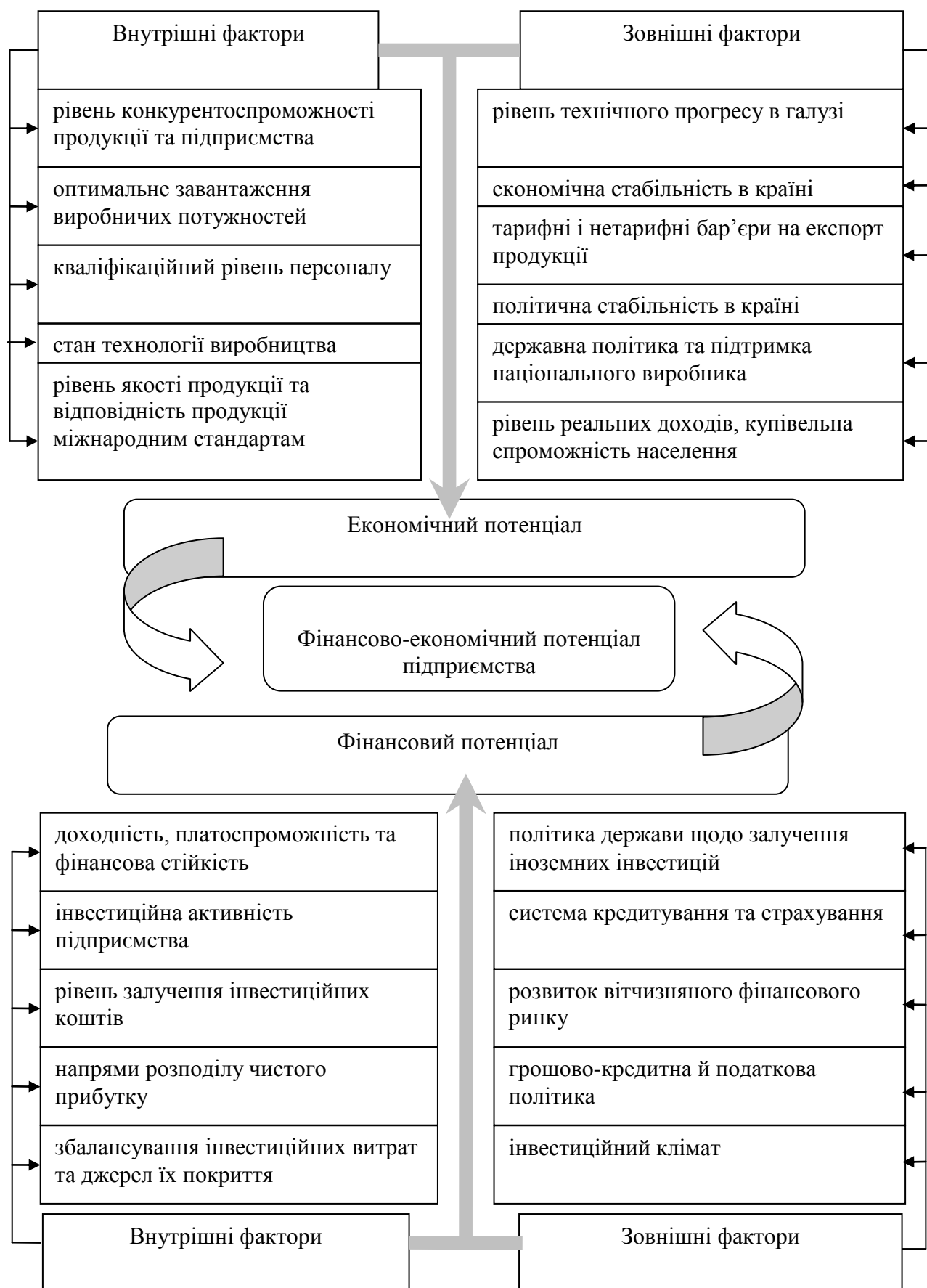


Рис. 2.7. Фактори, що впливають на формування фінансово-економічного потенціалу підприємства

Джерело: розроблено автором

Використання зазначених факторів дозволить оцінити стан фінансово-економічного потенціалу підприємства, а також виявити проблемні ділянки в внутрішньому та зовнішньому середовищі компанії. Кваліфікований підхід до дослідження факторів, що впливають на формування і розвиток фінансово-економічного потенціалу підприємства не тільки оптимізує діяльність компанії, а й забезпечить стратегічні переваги та конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Отже, чинники, які впливають на формування та використання потенціалу підприємств, відзначаються різноманітністю як за внутрішнім характером і змістовим наповненням, так і за впливом, який вони здійснюють. Це дає підстави зробити висновок про те, що чинники, взаємодіючи між собою, істотно впливають на стан потенціалу підприємства та подальший його розвиток і результативність функціонування.

Фінансово-економічний потенціал підприємства поєднує у собі можливості підприємств до розвитку та зростання. З метою забезпечення прибутковості діяльності у довгостроковій перспективі, підприємствам потрібно здійснювати аналіз зовнішньої кон'юнктури ринку, а також впровадження необхідних змін у внутрішні господарські рішення.

Наразі головними проблемами, з якими стикаються вітчизняні підприємства є економічна нестабільність, невизначеність ринку та непостійність законодавства.

Підвищення розміру середньої заробітної плати, зростання цін на борошно та тарифів на комунальні послуги зумовлює здорожчання вартості споживчих продуктів, а також хлібу та хлібопекарських виробів.

Дослідженням науково-методичних підходів оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства займалися такі автори, як Б. В. Артем'єв, Б. Є. Бачевський, О. І. Гопкало, О. М. Денисюк, Т. М. Кібук, Г. С. Макарова, Р. О. Толпежніков, В. В. Турчак, А. Л. Сабадирьова, О. С. Федонін, А. Ющенко, які у своїх роботах відобразили наявність значного інструментарію, що може бути застосований для оцінки потенціалу

підприємства. Проте науковцями досі не розглядався підхід оцінки фінансово-економічного потенціалу залежно від ринкових факторів.

Враховуючи нестабільність вітчизняної економіки, з метою забезпечення конкурентоспроможності та власного потенціалу у довгостроковій перспективі, підприємства у процесі здійснення фінансово-господарської діяльності повинні проводити оцінку впливу на неї ринкових факторів.

На хлібопекарські підприємства у процесі їх фінансово-господарської діяльності впливає ряд зовнішніх факторів, що залежать від постачальників борошна, законодавства та загального стану економіки держави. Самі підприємства не мають змоги здійснювати вплив на вказані фактори, однак вони прямо впливають на собівартість готової продукції – хлібу. Здійснимо розрахунок значень показників по Україні, що впливають на витрати хлібопекарських підприємств у табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Динаміка середніх значень показників, які впливають на витрати
хлібопекарських підприємств у 2015 – 2017 роках

	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Відхилення (%)	
				2017 від 2015 року	2017 від 2016 року
Середні ціни на хліб, грн.	7,5	9,0	10,5	3,0	1,5
Хліб житній	7,8	9,7	10,9	3,1	1,2
Хліб пшеничний	7,3	9	10,7	3,4	1,7
Хліб житньо-пшеничний і пшенично-житній	7,2	8,3	9,8	2,6	1,5
Середні ціни на борошно, грн.	3,6	4,3	4,8	1,2	0,5
Борошно пшеничне чи пшенично-житнє	4,1	4,6	5,3	1,2	0,7
Борошно житнє	3,1	3,9	4,4	1,3	0,5
Середня заробітна плата галузі виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, грн.	4184	5182	6756	2572	1574
Середні курси валют	23	26,9	28,3	5,3	1,4
Офіційний курс гривні щодо долара	21,8	25,6	26,6	4,8	1,0
Офіційний курс гривні щодо євро	24,2	28,3	30,0	5,8	1,7

Джерело: розраховано автором на базі [117, 102]

З результатів проведеного аналізу бачимо, що ціни на хліб у 2017 році порівняно з 2015 роком в середньому зросли на 40,3%, тоді як у 2017 році порівняно з 2016 роком – на 16,4%. Зростання відбулось щодо цін на борошно – один із основних інгредієнтів хлібопекарських виробів, середню заробітну плату в галузі, на вартість комунальних послуг та курс валют.

Позитивним є скасування у 2017 році [145] впливу одного з політичних факторів – державного цінового регулювання на хліб, що дало можливість хлібопекарським підприємствам привести ціни до економічно обґрунтованого рівня.

Представимо відсоткову динаміку змін значень показників, які впливають на витрати хлібопекарських підприємств на рис. 2.8.

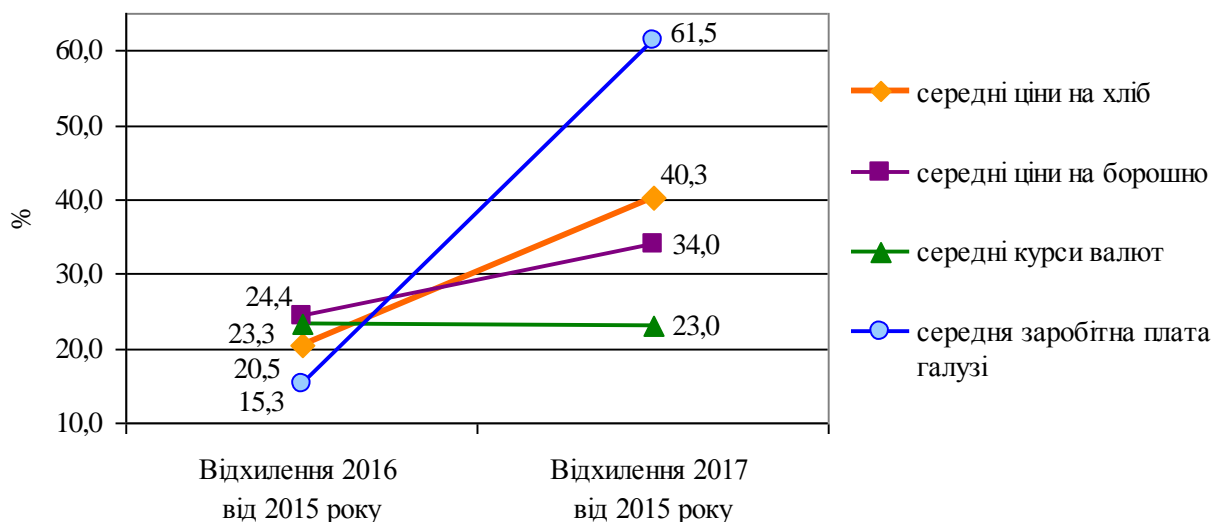


Рис. 2.8. Динаміка відхилень основних показників, які впливають на витрати хлібопекарських підприємств у 2015 – 2017 роках

Джерело: побудовано автором згідно даних [102]

За результатами наочної візуалізації, бачимо наявність взаємозв'язку між зростанням вартості наведених складових витрат та ціною реалізації хліба на вітчизняному ринку.

Як бачимо, значна кількість факторів впливає на діяльність підприємств. Аналогічно від зовнішніх ринкових факторів, діяльності конкурентів та держави залежить і фінансово-економічний потенціал підприємств.

Визначимо основні показники, що дозволяють оцінити рівень фінансово-економічного потенціалу залежно від загальноринкових показників (табл. 2.9). Модель нормалізована шляхом мінімізації впливу розміру підприємства на фінансовий результат. Це досягається шляхом розподілу результативного показника на чисельність працюючих працівників.

Таблиця 2.9

Система показників моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів

Показник	Методика розрахунку	Умовні позначення, джерело інформації
СС – розрахункова середня собівартість продукції підприємства залежно від середньої ринкової ціни на хліб	$СС = \frac{Ц_x \cdot C}{П_{оп} + C} : 1000$	Ц _х – середньорічна середня ринкова ціна хліба (дані: Держкомстат [102]); С – собівартість реалізованої продукції (дані: форма 2, код рядка 2050); П _{оп} – чистий фінансовий результат (дані: форма 2, код рядка 2350 (2355)).
Д(\$) – продуктивність праці працівників підприємства у доларах США (тис. дол. / чол. за рік)	$Д(\$) = \frac{Д(грн.)}{Ч} : К_{\$}$	К _{\$} – офіційний курс гривні до долару США (дані: Нацбанк України [__]); Д (грн.) – чистий дохід від реалізації продукції (дані: форма 2, код рядка 2000); Ч – чисельність працівників (дані: форма 1)
К _{опл} – коефіцієнт співвідношення рівня оплати праці підприємства з ринковим	$К_{опл} = \frac{ОП}{ЗП}$	ОП – витрати на оплату праці одного працівника за рік, (дані: форма 2, код рядка 2505); ЗП – середня річна заробітна плата працівників галузі виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (дані: Держкомстат [102]);
Т - залежність коефіцієнта оборотності запасів від середніх цін виробників на борошно	$Т = \frac{К_{об}}{Ц_б}$	К _{об} – коефіцієнт оборотності запасів (співвідношення між чистим доходом від реалізації продукції (дані: форма 2, код рядка 2000) та середньорічною вартістю запасів (дані: форма 1, код рядка 1100)); Ц _б – середньорічна середня ринкова ціна борошна (дані: Держкомстат [102]);

Джерело: розроблено автором з використанням даних [102]

Кожне підприємство розробляє для свого асортименту продукції власний розрахунковий список цін. Оскільки основною діяльністю досліджуваних підприємств являється виробництво хліба та хлібобулочних виробів, дохід від реалізації продукції, чистий прибуток, собівартість реалізованої продукції будуть відображати результати продажу хлібобулочних виробів на ринку.

Вихідними даними для розробки показника „розрахункова середня собівартість продукції підприємства залежно від середньої ринкової ціни на хліб” виступило те, що ринкова ціна на хліб формується підприємствами шляхом врахування собівартості реалізованої продукції та додаткового прибутку від операційної діяльності, що відображається в рентабельності продукції підприємства. Тоді як ціна хліба, виготовленого підприємством, для нього формується у собівартості виробництва вказаної продукції.

У зв'язку з нестабільністю економічної ситуації в країні значним коливанням піддається і валютний курс. Показники діяльності підприємств, купівельна спроможність населення номінально зростає, однак реально порівняно з попередніми роками вказані показники зменшуються. Одним з методів привести значення до порівняного показника є співставлення їх у валютному еквіваленті. Виходячи з цього введено показник продуктивності праці працівників підприємства у доларах.

Незважаючи на те, що реальна заробітна плата працівників в останні роки продовжує зменшуватись, одним з методів визначення справедливості оплачуваної праці працівникам підприємства є порівняння рівня оплати праці підприємства з ринковим. Позитивним є ситуація, коли підприємство мотивує працівників до ефективної діяльності належним ринковим матеріальним забезпеченням. З іншого боку, низький рівень оплати праці зменшує витрати підприємства, однак збільшує ризик зниження якості готової продукції.

Ціни на сировину та матеріали є одними з найважливіших елементів формування собівартості готової продукції. В свою чергу, швидкість обороту запасів відображає рівень забезпеченості підприємства необхідною сировиною. Чим вище значення коефіцієнта, тим меншими є ризики виробничої діяльності.

Продуктивність праці вважається одним із найважливіших факторів у сфері створення якісної продукції, ефективності суб'єкта господарювання та перспектив розвитку його діяльності. Саме тому узагальнюючим показником для моделі визначено продуктивність праці працівників підприємства.

Внаслідок інфляційних процесів важко об'єктивно оцінити зростання

потенціалу розвитку визначеного підприємства. Тому узагальнюючий показник визначено у валюті, що наразі є більш стабільною та дозволяє об'єктивно оцінити розвиток підприємства впродовж аналізованого періоду.

Розрахункові показники вітчизняних хлібопекарських підприємств за 2013-2016 роки та відповідність коефіцієнтам x_1 , x_2 , x_3 , Y наведені у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Вихідні дані моделі оцінки коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів

		Розрахункова середня собівартість продукції підприємства залежно від середньої ринкової ціни на хліб	Коефіцієнт співвідношення рівня оплати праці підприємства з ринковим	Залежність коефіцієнта оборотності запасів від середніх цін виробників на борошно	Продуктивність праці працівників підприємства у доларах США
		x_1	x_2	x_3	Y
ПАТ „Київхліб”	2013	4,2	1,473	5,886	50,1
	2014	4,9	1,470	5,348	34,0
	2015	7,5	1,323	1,598	20,0
	2016	8,7	1,327	1,618	25,9
	2017	10,3	1,589	1,883	33,8
ПрАТ „Концерн Хлібпром”	2013	3,9	0,772	1,732	19,9
	2014	4,3	0,785	2,366	15,9
	2015	6,2	0,933	1,538	12,9
	2016	7,9	1,125	1,629	11,9
	2017	9,8	1,132	1,983	13,1
ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	2013	4,4	0,566	5,886	16,0
	2014	4,9	0,615	3,813	11,5
	2015	7,2	0,572	3,274	10,6
	2016	8,5	0,595	2,337	10,6
	2017	10,1	0,599	1,956	10,4
ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	2013	4,1	0,905	3,078	30,1
	2014	4,6	0,767	3,568	20,1
	2015	6,9	0,821	2,559	18,2
	2016	8,4	0,935	1,860	14,2
	2017	9,7	0,828	2,389	11,7
ПАТ „Теремно Хліб”	2013	4,3	0,771	3,010	24,7
	2014	4,8	0,778	4,597	14,6
	2015	7,0	0,666	2,732	9,6
	2016	8,7	0,714	2,343	13,2
	2017	9,9	0,784	2,747	15,3

Джерело: розраховано автором з використанням даних [102]

Знайдемо значення точкових незміщених статистичних оцінок a_0, a_1, a_2, a_3 для параметрів лінійної множинної регресії за допомогою функції ЛИНЕЙН у програмі Microsoft Office Excel.

$$y_i = a_0 + a_1 x_{i1} + a_2 x_{i2} + a_3 x_{i3} \quad (2.1)$$

За результатами розрахунків, на основі даних показника y і факторів x_1, x_2, x_3 оцінка параметрів a для моделі множинної лінійної регресії така: $a_0=14,1148$; $a_1=-2,5488$; $a_2=22,5967$; $a_3=0,74538$.

Отже, рівняння регресії моделі оцінки коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів виглядає наступним чином:

$$y_i = 14,1148 - 2,5488 \cdot x_{i1} + 22,5967 \cdot x_{i2} + 0,74538 \cdot x_{i3} \quad (2.2)$$

Коефіцієнт кореляції $r = 0,8$, що свідчить про тісний зв'язок між показником y і факторами. Оскільки параметр $a_0=14,1148 > 0$ і $r=0,8 > 0$, то між величинами x та y існує прямий зв'язок. Близькість r до 1 говорить про тісний лінійний зв'язок показника та фактора з надійністю $P=0,95$, що підтверджується t -критерієм Стьюдента, оскільки $t_{\text{розрах.}} > t_{\text{крит.}}$ ($6,27 > 2,508$) ($\gamma = 0,99, k=26-3-1=22$).

Оскільки $F_{\text{розрах.}} > F_{\text{крит.}}$ ($13,11 > 3,1$) ($f_1=3, f_2=26-3-1=22$), то з надійністю $p=0,95$ економетричну модель можна вважати адекватною статистичним даним і на її підставі проводити економічний аналіз.

Окремі підприємства більше піддаються впливу факторів, на діяльність інших це не впливає завдяки ефективному менеджменту та маркетинговій політиці.

Значення результативного коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів (ФЕП_{рф}) характеризується наступним чином:

– якщо $\text{ФЕП}_{\text{рф}} \geq 29$, тоді ринкові фактори не шкодять результативним

показникам діяльності підприємства, а допомагають зміцнювати ринкові позиції та нарощувати платоспроможність;

- якщо $16 < \Phi EP_{pф} < 29$, ринкові фактори прямим чином не впливають на діяльність підприємства, оскільки діяльність компанії спрямована на подолання їх негативного впливу;

- якщо $16 \leq \Phi EP_{pф}$, це означає, що від показників економічного та соціального розвитку держави значною мірою залежить платоспроможність та ринкова активність підприємства. Вказана ситуація є негативною, оскільки підвищує рівень ризиковості виробничої діяльності підприємства.

Проведемо розрахунок значення коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів для вітчизняних хлібопекарських підприємств у табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Динаміка коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України залежно від загальноринкових факторів у 2013-2017 роках

	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Відхилення 2017 від 2016 року
ПрАТ „Концерн Хлібпром”	22,8	22,7	20,4	20,7	16,2	-4,5
ПАТ „Київхліб”	41,0	38,7	26,1	23,0	25,1	2,1
ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	20,2	18,3	11,0	7,5	3,4	-4,1
ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	26,4	22,3	17,0	15,1	9,8	-5,3
ПАТ „Теремно Хліб”	22,8	22,9	13,3	9,9	8,5	-1,4

Джерело: розраховано автором згідно даних підприємств

Відповідно до результатів аналізу, найвище значення коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства було досягнуто ПАТ „Київхліб” у 2013 році – 41,0, що визначає сприятливу дію ринкових

факторів на формування фінансово-економічного потенціалу; найнижче – ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” у 2017 році – 3,4, що відображає надто високий рівень залежності фінансово-економічного потенціалу від умов, що виникають на ринку.

Проведемо аналіз впливу зовнішніх ринкових факторів на прикладі показників діяльності ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” у 2017 році за допомогою розробленої моделі оцінки коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства шляхом коригування одного з загальноринкових факторів та незмінних вихідних показників діяльності підприємства.

При зростанні середньої заробітної плати працівників галузі на 10%, коефіцієнт фінансово-економічного потенціалу підприємства зменшився на 1,7, склавши 8,1. Тоді як за умови зменшення ринкових цін на борошно на 20% коефіцієнт фінансово-економічного потенціалу підприємства зріс на 0,4, склавши 10,2. Варто також відмітити те, що економічний фактор коригування цін на ринку знаходиться у взаємовпливі з валютним фактором. Тому коефіцієнт фінансово-економічного потенціалу варто сприймати як значення, що не має вартісних одиниць вимірювання, тобто незалежно від показника продуктивності праці працівників підприємства.

Побудована модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів передбачає врахування різностороннього впливу ринкових показників. Аналіз за розробленою моделлю оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів показав наступні результати.

Споживчий фактор є основоположним для підприємств харчової промисловості, оскільки від кількості споживачів, їх платоспроможності, задоволення їх попиту запропонованою підприємством продукцією на ринку прямо залежить як рівень цін на готову продукцію, в які закладається рентабельність, так і прибутки підприємства загалом. При збільшенні споживчого фактору „ринкові ціни на хліб” на 1%, значення результативного показника зменшується від 0,3% до 2,0%;

Після різкого зростання валютного курсу у 2014-2015 роках, вплив курсу валют на діяльність вітчизняних підприємств стає все більш відчутним. Зі зростанням курсу долара чи євро порівняно з національною валютою додаткові витрати виникають у зв'язку з закупівлею іноземного обладнання, оновлення транспорту для перевезень, забезпечення паливно-мастильними матеріалами, будівництва додаткових приміщень тощо. Фінансовий фактор курсу валют теж впливає шляхом зміни відсоткових ставок банків за кредитами та депозитами. Кредити стають менш доступними, а депозити – менш вигідними, що ускладнює перспективи розвитку підприємств.

Ціни на сировину та інші інгредієнти для виробництва готової продукції відображає виробничий фактор, який впливає на собівартість готової продукції. Чим кращі умови залучення сировини використає підприємство, чим нижчу вартість запропонує постачальник, тим легше підприємству буде забезпечувати конкурентоспроможність своєї продукції. Якщо вартість готової продукції конкурентів буде значно вищою, тоді підприємство може залучити додаткові доходи шляхом встановлення відповідної націнки на готові вироби. При збільшенні виробничого фактору „ринкові ціни на борошно” на 1%, значення результуючого показника зменшується в діапазоні від 0% до 0,2%.

Вмотивованість персоналу підприємства до ефективної праці та контроль за якістю виготовленої продукції залежить від соціального фактору – забезпечення працівників належним матеріальним стимулюванням. Порівняння середнього рівня оплати праці підприємства з ринковим дозволяє визначити чи не спричинить політика компанії високу плинність кадрів до підприємств конкурентів, які вище цінують роботу своїх працівників. При збільшенні соціального фактору „заробітна плата працівників галузі” на 1%, значення результуючого показника зменшується в діапазоні від 0,6% до 1,9%.

Як наслідок бачимо, що кожен з досліджуваних показників: економічний (споживчий), фінансовий (валютний), соціальний, економічний (виробничий) фактори впливають на загальну оцінку фінансово-економічного потенціалу підприємства. Представимо схему залежностей моделі на рис. 2.9.

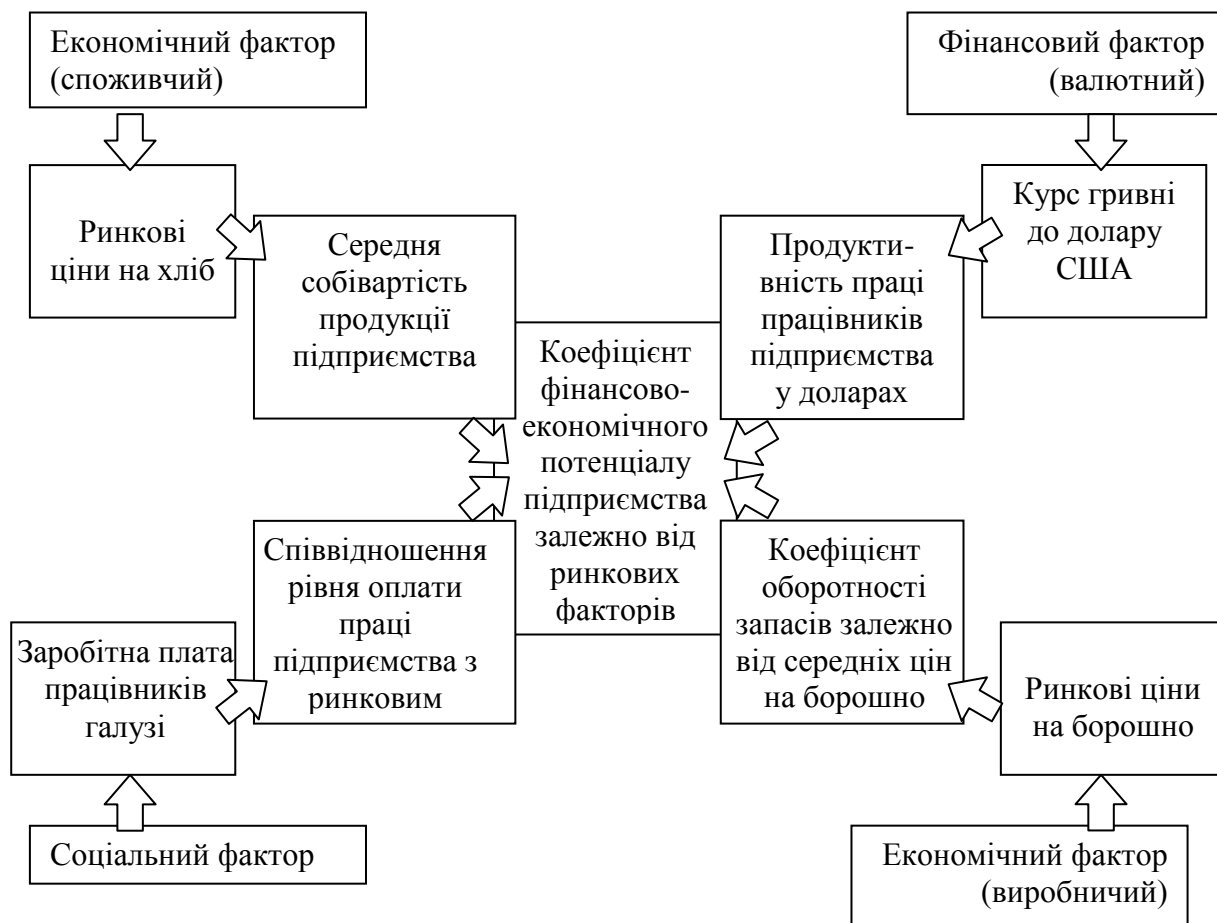


Рис. 2.9. Блок-схема взаємодії ринкових факторів моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства

Джерело: розроблено автором

Отже, алгоритм моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів наступний:

- 1) визначення середніх значень ринкових факторів, наведених у табл. 2 на базі офіційної державної статистичної інформації;
- 2) отримання даних фінансової звітності аналізованих підприємств;
- 3) розрахунок показників моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів згідно формул, наведених у табл. 2.9;
- 4) визначення коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів за допомогою формули 2.2;
- 5) проведення порівняння результатів аналізу між визначеними підприємствами; або між різними періодами діяльності одного підприємства;

б) прогнозування зміни фінансово-економічного потенціалу підприємства за умови зростання чи зменшення значень ринкових факторів.

Використання моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів відіграє важливу роль в процесі вивчення впливу закономірностей та взаємозалежностей ринкових процесів. Модель дає можливість здійснити оцінку фінансово-економічного потенціалу протягом поточного операційного циклу, минулого року чи розробити прогноз на майбутній період.

Визначений за допомогою моделі коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства дозволяє порівняти рівень розвитку як окремих підприємств, а також динаміку розвитку потенціалу впродовж різних періодів діяльності одного підприємства.

Використання моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів є доцільним при виборі ціни постачання продукції, оцінці діяльності підприємства у разі очікуваного підняття валютного курсу, визначення впливу зростання поточних витрат, а також при побудові оперативних планів та стратегії діяльності компанії.

Зв'язок між показниками, які впливають на витрати підприємств та значенням коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства є обернено пропорційним.

Перевагою розробленої моделі та системи показників, що входять до неї, є те, що їх розрахунок базується на базі офіційної державної статистичної інформації та обов'язковій фінансовій звітності, які повинні вести всі суб'єкти господарської діяльності.

Отже, отримана модель оцінки коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства дозволяє якісно оцінювати та прогнозувати перспективи діяльності підприємства залежно від динаміки розвитку ринкових факторів.

2.3. Моделювання управління фінансово-економічним потенціалом підприємства в умовах невизначеності ринку

Перед вітчизняними підприємствами в процесі здійснення їх фінансово-господарської діяльності постає необхідність подолання невизначеності, що виникає на ринку хлібопекарських виробів.

Кризові явища в глобальній економічній системі та непередбачувані ситуації, що виникають в бізнес-середовищі, підкреслюють значення належної системи управління підприємствами, а також постійного розвитку та використання потенціалу підприємства.

Ризик – явище, що охоплює всі господарюючі суб'єкти, які функціонують в умовах ринкових відносин. Вміння ефективно впливати на ризики дає можливість підприємствам успішно функціонувати, підтримувати фінансову стійкість, прибутковість та конкурентоспроможність в умовах глобалізації. Ризики мають значний вплив на фінансові результати діяльності підприємства, тому виникає потреба створення механізмів управління ними [38].

Кожному підприємству необхідна високоефективна налагоджена система менеджменту ризику, основу якого складатиме процес виявлення рівня невизначеності (відхилень у прогнозованому результаті), прийняття й реалізації управлінських рішень, негативний вплив на процес та результати відтворення випадкових факторів і при цьому забезпечується високий рівень підприємницького доходу [81, с. 58].

Ризик – це економічна категорія, що відображає характерні особливості сприйняття зацікавленими суб'єктами економічних відносин об'єктивно наявних невизначеності і конфліктності, іманентних процесам цілепокладання, управління, прийняття рішень, оцінювання, що обмежені можливими загрозами і невикористаними можливостями [22, с. 4].

В системі ринкових відносин ризики у підприємницькій діяльності є неминучими. Для одержання прибутків підприємства свідомо йдуть на прийняття ризикових рішень.

Особливість управління ризиками в ринкових умовах полягає в тому, що суб'єкт ринку повинен усвідомлено йти на ризик, не уникаючи його, якщо він прагне реалізувати власні цілі діяльності. Кожне уникнення та мінімізація ризиків знижує ефективність діяльності підприємства, оскільки управління ризиками вимагає додаткових витрат та виконання дій із певним рівнем резервування ресурсів, але недооцінка чи нехтування ними можуть спричинити значні втрати та довгострокові негативні наслідки у діяльності суб'єкта господарювання [22, с. 23].

Розглянемо класифікацію ризиків відповідно до основних напрямків діяльності підприємства: операційної, інвестиційної та фінансової.

Операційний ризик включає в себе:

- комерційний ризик – це ризик, що виникає в процесі реалізації товарів і послуг, які зроблені чи куплені підприємцем. Він містить у собі такі різновиди ризиків, що пов'язані з: реалізацією товару (послуг) на ринку; транспортуванням товару (транспортний); прийманням товару покупцем; платоспроможністю покупця; форс-мажорними обставинами [94, с. 209];

- виробничий ризик – це ймовірність збитків чи додаткових витрат, які зв'язані з перебоями чи зупинкою виробничих процесів, порушенням технології виконання операцій, низькою якістю сировини чи роботи персоналу [94, с. 209].

Фінансовий ризик – це вид ризику, який виникає у фінансово-економічній діяльності суб'єкта, коли причинно-наслідковий результат або заходи його досягнення відрізняються від встановлених цілей та планових норм, а отримані відхилення мають вартісний характер [38, с. 24]. Оскільки фінансові ризики генеруються невизначеністю внутрішніх та зовнішніх умов реалізації фінансової діяльності підприємства, до них відносять: ризик зниження фінансової стійкості, ризик неплатоспроможності, інфляційний, процентний, валютний, депозитний, кредитний, податковий ризики тощо.

Непередбачуваними втратами внаслідок фінансово-господарської діяльності підприємства можуть бути: зменшення обсягу чи повна втрата прибутку; недоотримання запланованих доходів; збільшення суми витрат;

втрата власного капіталу або частини доходів підприємства.

Однак, важливо відмітити, що реалізація фінансового ризику може супроводжуватися як значними фінансовими втратами, так і формуванням додаткових доходів підприємства [94, с. 154].

Інвестиційні ризики пов'язані із коливанням отриманого доходу від інвестиційної діяльності підприємства. Вкладаючи різноманітні матеріальні та нематеріальні активи у інвестиційні проекти, підприємство сподівається одержати певний дохід або інший позитивний соціально-економічний ефект. Серед інвестиційних ризиків виділяють: ризик прямих фінансових втрат, ризик невикористаних можливостей, процентний ризик, кредитний та портфельний, дивідендні ризики [38, с. 24].

Враховуючи те, що інструментарій менеджменту та ризик-менеджменту істотно відрізняються в управлінні внутрішнім та зовнішнім середовищем будь-якого суб'єкта господарювання, усі ризики можна розділити на внутрішні та зовнішні. Поділ ризиків на зовнішні та внутрішні зумовлюється домінуючими чинниками у творенні цих ризиків. Зокрема, якщо зовнішні чинники домінують у виникненні ризиків, значить, такі ризики належать до зовнішніх і навпаки. Тоді як внутрішні ризики виникають внаслідок дій чи бездіяльності підприємства, а отже, піддаються моніторингу та оптимізуванню [22, с. 25].

Ризики операційної, фінансової та інвестиційної діяльності пов'язані між собою. Особливо чітко така пов'язаність ризиків спостерігається в сучасній кризовій ситуації, коли фінансові ризики спричинили низку операційних ризиків (виробничі, трудові, інноваційні тощо). Однак відомі випадки, коли ситуація є протилежною, операційних ризиків призводять до появи фінансових ризиків. Класифікація ризиків за ознакою причинності є корисною, оскільки якщо ефективно управляти причинними ризиками, то можна уникнути виникнення фінансових ризиків з негативними ефектами.

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України за результатами опитувань незалежних експертів у сфері макроаналізу та прогнозування сформовано консенсус-прогноз [29]. Прогноз сформований з метою надання

рекомендацій щодо можливих варіантів розвитку країни.

Оцінка реалізації ризиків та їх впливу на економіку України експертами проводилася за табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Шкала реалізації ризиків та їх впливу на економіку України

Оцінка ймовірності реалізації явища	Оцінка впливу явища на економіку України
Значна ймовірність (50–60%) прояву ризику – 4	Значний вплив – 4
Середня ймовірність (30–49%) прояву ризику – 3	Помірний вплив – 3
Помірна ймовірність (10–29%) прояву ризику – 2	Слабкий вплив – 2
Мала ймовірність (менше 10%) прояву ризику – 1	Незначний вплив – 1
Ризик не є ймовірним – 0	Вплив відсутній – 0

Джерело: сформовано автором на базі [29]

Інтегральна оцінку ризиків розраховувалась шляхом добутку оцінок ймовірності реалізації явища та впливу явища на економіку України, та розділеного кількістю респондентів.

На підставі експертних оцінок провідних фахівців, за інтегральною оцінкою, головними зовнішніми ризиками України у 2018 році є:

- посилення гібридних загроз національній безпеці України, у.т.ч. активне військове протистояння на сході країни (11);
- дефіцит зовнішнього фінансування та звуження можливостей доступу до міжнародних ринків капіталу (10);
- неотримання запланованого фінансування від Міжнародного валютного фонду (9);
- повільне відновлення розвитку світової економіки та збереження низьких цін на світових сировинних ринках (9);
- впровадження додаткових торгівельних обмежень з боку України до Російської Федерації (9);
- звуження зовнішніх ринків збуту через високу конкуренцію (9);

– згортання іноземними компаніями інвестиційних планів або перенесення термінів їх реалізації на майбутній період у зв'язку з макроекономічною невизначеністю (9) тощо.

Серед внутрішніх ризиків, найбільш вагомим і значущим експертами визначено ризик „недостатньо швидкого проведення реформ” (13). Також до внутрішніх ризиків України у 2018 році віднесено збереження низької кредитної активності комерційних банків (12), дефіцит енергетичних ресурсів (12), загострення ситуації з трудовою діяльністю (фактор посилення трудової міграції та біженців (11), посилення конкуренції на внутрішньому ринку через збільшення імпорту з Європейського Союзу (11), посилення девальваційних тенденцій на валютному ринку (10), значний перегляд соціальних стандартів у бік підвищення (10), посилення інфляційних процесів внаслідок різкого зростання витрат виробництва (10).

Кожен з наведених факторів прямо чи опосередковано впливає на фінансово-господарську діяльність підприємств, оскільки зростають витрати виробництва, конкуренція на ринку, зменшується ринок збуту готової продукції, спостерігається відтік персоналу, і, як наслідок, обмежується інвестиційна активність та платоспроможність підприємств.

Особливістю хлібопекарської промисловості є також особлива залежність від нормативно-законодавчих актів, прийнятих державою, оскільки хліб є практично незамінним продуктом щоденного вжитку громадян та відіграє значну соціальну роль.

Враховуючи те, що хлібопекарська галузь є стратегічно важливою для розвитку держави, перед підприємствами хлібопекарської галузі постає значна кількість проблемних питань, які необхідно вирішити з метою нарощення їх фінансово-економічного потенціалу.

Важливим у діяльності підприємств проводити аналіз ринкової ситуації, оцінювати внутрішні та зовнішні загрози та реагувати на них. Оцінити можливості та загрози для розвитку, сильні та слабкі сторони досліджуваного підприємства дозволяє SWOT-аналіз.

Проведемо SWOT-аналіз для хлібопекарських підприємств України в табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Діагностика діяльності хлібопекарських підприємств України
за допомогою SWOT-аналізу

Можливості	Загрози
1) відміна адміністративного стримування цін на хліб; 2) розробка нових технологій; 3) поява нових ринків для збуту продукції хлібопекарської промисловості; 4) використання засобів інтернет-маркетингу (офіційний сайт, соціальні мережі).	1) зниження рівнів доходів населення; 2) зростання собівартості хліба (подорожчання борошна, енергоносіїв та комунальних послуг, паливно-мастильних матеріалів, зростання мінімальної заробітної плати); 3) вихід на ринок значної кількості малих товаровиробників (міні-пекарні та супермаркети); 4) експорт сировини (зерна), а не готової продукції (хліба).
Сильні сторони	Слабкі сторони
1) можливість зміни асортименту продукції; 2) наявність кваліфікованого персоналу, що має досвід роботи в даній області; 3) накопичений багаторічний досвід роботи на ринку; 4) сформований імідж підприємства у споживачів продукції.	1) низька якість виготовленого хліба; 2) наявність старого, зношеного устаткування на підприємстві; 3) неактивна маркетингова політика; 4) підприємство працює не в максимальну потужність; 5) нестабільна політична та економічна ситуація в країні; 6) затримка росту інвестиційної активності.

Джерело: розроблено автором з використанням [22, 38, 94]

Для кожного з досліджуваних пунктів можна провести поглиблений детальний аналіз причин такого явища та вивчити, як ці фактори можна використати для покращення фінансово-економічного потенціалу підприємства.

При планово-адміністративній економіці виробництво хліба відносилось до стратегічної галузі економіки держави. Значна кількість людей була задіяна у виробничому процесі, процес виробництва був потоковим, механізованим та розрахованим на безперервний цикл виготовлення обмеженого асортименту продукції. Ціни на хліб встановлювались законодавчо з метою забезпечення

доступності продукту для всього населення держави.

Державне регулювання економіки не забезпечувало ефективної діяльності хлібопекарських підприємств. Також на ринку не формувалась очікувана вартість хліба та хлібопекарських продуктів, у зв'язку виходом виготовленої продукції „в тінь”.

Державне регулювання не давало змоги як виробникам сировини, так і хлібопекарської продукції забезпечувати стійкий рівень розвитку та функціонування на ринку, оскільки постійна збитковість діяльності не давала змоги проводити модернізацію виробничих потужностей.

Система державного регулювання діяла в Україні до прийняття Кабінетом Міністрів України постанови від 7 червня 2017 р. № 394 „Про внесення змін у додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 25 грудня 1996 р. № 1548 та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України” [145], якою передбачено скасування державного цінового регулювання на ряд товарів і послуг.

Прийняття законодавчого акту дало можливість хлібопекарським підприємствам привести ціни до економічно обґрунтованого рівня. Хлібопекарські підприємства отримали змогу „легально” формувати ціну на свою продукцію, тобто на базі ринкових чинників в залежності від співвідношення попиту і пропозиції.

Також втратила чинність Постанова Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 2007 р. № 1222 „Про затвердження Порядку декларування зміни оптово-відпускних цін на продовольчі товари” [149], відповідно до п. 2 якої суб'єкти господарювання всіх форм власності, які провадили діяльність з виробництва та/або реалізації соціально значущих продовольчих товарів, у разі збільшення оптово-відпускних цін протягом місяця більш як на 1 відсоток, повинні були обґрунтувати їх на рівні Держпродспоживслужби та облдержадміністрації. На ці бюрократичні процедури, збір документів та їх опрацювання витрачалось багато часу і зусиль працівників підприємств. Також в склад ціни, яку доводилось обґрунтовувати також були включені такі складові

собівартості продукції, як сировина, матеріали та витрати на енергоносії. Вказане наближувало розрахункові ціни до ринкового рівня, однак не в повній мірі, через що хлібопекарські підприємства довгий час були збитковими.

Також одним з позитивних напрямків покращення бізнес клімату в країні для хлібопекарських підприємств є рівні умови для цінової конкуренції з міні-пекарнями та супермаркетами та торговими мережами, обсяг виробництва хліба та хлібопекарських продуктів яких не декларується у органах статистики.

Позитивним аспектом скасування державного регулювання цін стало також можливість для розвитку та зростання агропромислового комплексу, а саме виробників пшеничної, житньої та інших видів зерен та муки. Виробники зернових культур мають можливість встановлювати ринкові ціни на свою продукцію, що дозволяє розвивати внутрішнє виробництво без збиткових результатів діяльності сільського господарства.

Вказані зміни є позитивними, оскільки дозволять зменшити рівень тиску на бізнес, забезпечити розвиток конкуренції на ринку виробництва хліба та хлібобулочних виробів та дебіюкратизацію у сфері ціноутворення на вітчизняному ринку. Відбувається не тільки зменшення адміністративного навантаження для суб'єктів господарювання, що виробляють харчові продукти, а також усунення витрат держави на адміністрування системи державного регулювання цін.

Ринкова економіка відкриває підприємствам нові реалії. Вільний ринок споживчих цін та відсутність дотаційності з боку держави підприємств-монополістів хлібопекарської промисловості дозволяє розвиватись малим пекарням та приватним підприємцям. Малі підприємства сплачують державі тільки єдиний податок та єдиний соціальний внесок. Тоді як на великі підприємства лягає значне податкове навантаження. Внаслідок конкуренції на ринку великі підприємства працюють не на повну потужність, скорочують витрати виробництва. Досягнення оптимального рівня виробництва можливе після аналізу ринку та оцінки динаміки очікування споживачів.

Рівень оподаткування реального сектора економіки в Україні залишається

надто обтяжливим. Часто вітчизняні підприємства, за існуючої системи оподаткування змушені штучно нарощувати власну витратну частину та мінімізувати власний прибуток. Вказане дозволяє підприємствам зберегти отримані доходи, однак змушує вести „подвійну бухгалтерію”.

Ступінь прибутковості малих хлібопекарських підприємств не дозволяє їм взяти на себе фіскальне навантаження загальної системи оподаткування. Тому все більше підприємств змушені діяти відповідно до вимог, якими законодавчо керується малий бізнес.

Вітчизняний ринок хлібобулочних виробів вже обслуговується великою кількістю як великих хлібо заводів, так і малих приватних підприємців. Зростання в галузі обмежується готовністю споживачів платити більше за спеціальні сорти хліба та кондитерські вироби, що залежить від платоспроможного попиту населення. Більшість хлібопекарських підприємств можуть отримати додаткові джерела доходу лише за рахунок викупу частки ринку їхніх конкурентів. Маленькі пекарні часто мають перевагу в цій ситуації, тому що вони можуть більш легко адаптуватися до місцевих смаків.

Споживачі хлібопекарської продукції рідко є лояльними до конкретного виробника, оскільки більшість продукції, представленої на ринку, є взаємозамінною. Тому великі і малі підприємства отримують рівні можливості у боротьбі за свого покупця. Продукція різних виробників з подібною рецептурою зумовлює перехід конкуренції на ціновий рівень. Споживачі можуть змінювати свої вподобання відповідно до різноманітності представлених в торговій точці продуктів, що автоматично відображається у зміні структури споживчого попиту. Часом новий асортимент хліба замінює традиційні види. Також змінюються вподобання на кондитерські вироби, серед яких на даний час найбільш популярними є печиво, круасани і солодоці. Виробники можуть підвищити термін зберігання готової продукції шляхом використання заморожу вального обладнання та виробництва напівфабрикатів.

Після скасування державного регулювання цін на продовольство, динаміка роздрібних цін на хліб залежить від вартості зерна, в основному пшеничного.

До факторів, що впливають на ріст цін на зерно також відносять погодні умови, квоти на експорт продукції, ціни на міжнародних світових ринках, ціни на комунальні послуги, рівень заробітної плати та інше. Враховуючи те, що наразі практично кожен з вказаних факторів зріс у вартості, аналогічна тенденція спостерігається і при формуванні відпускних цін на хлібопекарську продукцію для кінцевих споживачів.

Виробництво хлібобулочних виробів є матеріаломістким і значну частку в структурі собівартості продукції займають витрати на сировину. Результати діяльності хлібопекарських підприємств значною мірою залежать від закупівельних цін на борошно, частка якого у собівартості готової хлібопекарської продукції становить близько 50% залежно від виду продукції [72, с. 30].

Позитивним для розвитку хлібопекарської галузі стало зростання активності Аграрного фонду. До 2015 року реалізація борошна для випічки хліба „соціальних сортів”, відбувалась за заниженими цінами. З 2015 року ПАТ „Аграрний фонд” діє в ринкових умовах і стало рентабельним підприємством [152].

Значно зросли обсяги постачання борошна вітчизняним підприємствам, в тому числі хлібопекарським. Відповідно до фінансового плану ПАТ „Аграрний фонд” на 2017 рік, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 21 червня 2017 р. № 425-р [144], реалізація продукції очікується на рівні 1,8 млн. тонн, в тому числі 481 тис. тонн борошна.

Ціни на продукцію Аграрного фонду є привабливими на ринку зерна, однак недоліком залишається великий шлях доставки, тому логістичні витрати можуть іноді нівелювати вигоду від низьких цін. Також недоліком співпраці хлібопекарських підприємств з Аграрним фондом є необхідність передоплати, тоді як приватні постачальники борошна, можуть надати розстрочку платежів.

Проблемою вітчизняних хлібопекарських підприємств залишається необхідність дотримання державних законодавчих норм щодо якості харчових продуктів. З метою гармонізації законодавства України із законодавством ЄС у

сфері безпечності та якості харчових продуктів Верховною Радою України ухвалено євроінтеграційний Закон України №4179а „Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів”, що набув чинності 20 вересня 2015 року. Закон запровадив в Україні моделі європейської системи безпечності та якості харчових продуктів, яка побудована на принципі „від лану до столу”, а також на процедурах НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Point). НАССР – система аналізу небезпек і критичних точок контролю, прийнята міжнародними організаціями. Реалізація вимоги щодо впровадження НАССР та внесення відповідних змін до Закону України „Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів” [143] створила нові виклики для хлібопекарських підприємств, зокрема з боку технічного розвитку, оскільки потребує додаткових вкладень з боку підприємств.

Підвищенню конкурентоспроможності вітчизняної продукції сприяє впровадження системи управління безпекою продуктів харчування (НАССР) та системи управління якістю міжнародного стандарту (ISSO серії 9000 та 22000). Відповідність вітчизняної продукції міжнародним стандартам якості та безпечності продукції відкриває для вітчизняних хлібопекарських підприємств нові ринки збуту та перспективи розширення асортименту виготовленої продукції. Для вітчизняних хлібопекарських підприємств одним з найважливіших напрямків діяльності залишається впровадження новітніх технологій, технологічне переоснащення та модернізація виробництва, покращення якості та безпечності продукції, а також розширення асортименту готових товарів.

З 04 квітня 2018 року набув чинності Закон України „Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин” [148]. Закон регулює правопорушення та відповідальність за них у сфері безпеки харчових продуктів, такі як порушення встановлених законодавством гігієнічних вимог до виробництва та обігу харчових продуктів, маркування

харчових продуктів тощо.

З 1 січня 2016 року набула чинності Угода про зону вільної торгівлі (ЗВТ) між Україною та ЄС. Європейський Союз остаточно закріпився як головний торговельний партнер України. Незважаючи на те, що привести продукцію до відповідних вимог, що діють в країнах ЄС, під силу не всім підприємствам, для хлібопекарської промисловості наразі квот на експорт продукції не виділено. Відповідно до узагальненого переліку тарифних квот [121], що викладено у доповненні до додатку I-A до Угоди про асоціацію, з перероблених зернових продуктів допускається ввіз тапіоки та її замінників, приготовлених з крохмалю, у формі пластівців, гранул, кульок, крупинок, горошин і в інших аналогічних формах та пшениці *Vulgur*. Тобто за тарифними квотами ввіз хліба та з хлібопекарських продуктів з України до країн ЄС не допускається. Натомість, Рада Європейського Союзу 17 липня 2017 року затвердила збільшення обсягів тимчасових додаткових торгових преференцій для імпорту української аграрної та харчової продукції, серед яких квоти на пшеницю підвищено на 65 тис. тонн, злакові крупи та гранули – на 7,8 тис. тонн. Негативним явищем для української економіки є те, що тарифні квоти ЄС встановлюються переважно на сировину, а не на готову продукцію з більшою доданою вартістю.

В практичній діяльності підприємствам дуже часто доводиться приймати господарські рішення в умовах невизначеності, тобто коли необхідно обирати напрямок дій з різних можливих варіантів, здійснення яких складно розрахувати. У таких випадках навіть найкращі прогнози нездатні повністю виключити невизначеність ринку, що спричиняє виникнення ризику [95, с. 254].

Основними ризиками діяльності хлібопекарських підприємств є:

1. Економічні:
 - зростання цін на сировину (зерно та інші складові);
 - зростаюча кількість конкурентів на ринку;
 - зміна смаків і вподобань споживачів щодо асортименту хлібопекарських виробів;

- неможливість транспортувати хлібопекарську продукцію на великі відстані;
- неможливість експорту до Європейського Союзу вітчизняного хліба та хлібопекарських виробів у зв'язку з відсутністю тарифних квот ЄС;
- необхідність широкої мережі збуту та наближеність до споживачів.

2. Фінансові:

- нестабільність валютного курсу;
- низька інвестиційна активність в галузі;
- залежність від платоспроможного попиту населення;
- невідгідні вимоги кредитування вітчизняних банків;
- більше податкове навантаження на промислові підприємства, ніж на приватні міні-пекарні.

3. Операційні (виробничі):

- неможливість працювати на повну потужність;
- високі вимоги щодо якості готової продукції;
- низька вмотивованість персоналу, оскільки заробітна плата працівників галузі нижча за середню по Україні [102];
- швидка втрата споживчих властивостей хлібопекарської продукції.

Економічні, фінансові та операційні (виробничі) ризики хлібопекарських підприємств пов'язані між собою. Особливо чітко така пов'язаність ризиків спостерігається в сучасній кризовій ситуації, коли фінансові ризики спричинили низку операційних ризиків.

Характерною рисою ринку хлібобулочних виробів України є практично повне забезпечення місткості ринку продукцію, виготовленою вітчизняними виробниками. Це пов'язано з тим, що хліб та хлібобулочні вироби мають короткий термін зберігання і повинні бути реалізовані протягом одного-двох днів. Особливість випічки швидко втрачати свої споживчі властивості та неможливість транспортувати її на великі відстані захищає внутрішній ринок від імпорту та конкуренції з іноземними виробниками. Одночасно вказана особливість продукції галузі одночасно змушує працювати в умовах

„виробництво = споживання”. Така ситуація змушує підприємців постійно проводити моніторинг смаків та очікувань споживачів продукції з метою задоволення їх у повному обсязі з метою нарощення прибутковості підприємства.

Враховуючи те, що хліб є основним продуктом харчування, важливим методом подолання ризиків для підприємств є забезпечення високого рівня якості виготовленого продукту. Справжній хліб – це хліб, виготовлений з натуральних інгредієнтів, без додавання шкідливих замінників, домішок та консервантів. Також актуальним є випікання дорогих елітних сортів хліба, а також особливих сортів для окремих категорій населення (без глютену, без транс-жирів, хліб для веганів тощо).

Одним з засобів виграшу великих підприємств в конкурентній боротьбі з приватними пекарнями є розробка та активне використання засобів інтернет-маркетингу (офіційний сайт, соціальні мережі). Інтернет-ресурси в сучасних умовах господарювання створює умови для ефективної виробничо-комерційної та маркетингової діяльності.

Важливим для підприємств хлібопекарської галузі є також зручність та наближення до місця проживання споживачів. Чим більша кількість роздрібних точок збуту відкрито у підприємства, тим вища вірогідність привернути увагу до продукції відповідного підприємства та відповідно більший обсяг прибутковості його очікує.

Як наслідок, варто зазначити, що шляхи подолання проблем та загроз, що виникають перед хлібопекарськими підприємствами в умовах невизначеності ринку є досить різноманітними. Ефективність прийнятих господарських рішень залежить від узгодженої та взаємодоповнюючої роботи всіх служб підприємства у процесі розробки та впровадження відповідних заходів.

Висновки до розділу 2

1. Порівняльний аналіз споживання хліба і хлібопекарських продуктів населенням України та обсягу виробництва хліба та хлібобулочних виробів вітчизняними підприємствами за даними органів статистики відобразив, що ємність ринку хлібопекарських виробів є значно більшою за обсягом, ніж відображається у офіційній статистиці. Дослідження показало, що близько 60-80% виробництва хлібопекарської продукції в Україні знаходиться „в тіні”. Найнижчий відсоток „тіньового ринку” у 2017 році спостерігався у Київській області (41,8%), а найвищий – у Львівській області (82,2%). Визначено, що частка великих підприємств в загальній місткості ринку продовжує зменшуватись внаслідок виробництва хлібопекарської продукції підприємствами, які застосовують спрощену систему оподаткування, не декларують своєю основною діяльністю виробництво хліба та хлібобулочних виробів, а також через випікання хліба населенням в домогосподарствах самостійно.

2. Хлібопекарська промисловість, згідно з індексом рівня районної спеціалізації, є однією з провідних у галузі промисловості Чернівецької, Київської та Львівської областей. До провідних хлібобулочних виробників України належать ПАТ „Концерн Хлібпром”, холдинг „Хлібні інвестиції”, „Група Lauffer”, ПАТ „Київхліб”, ТМ „Кулиничі” та ТМ „Формула смаку”. Великі хлібопекарські підприємства в цілому по Україні розподілені регіонально та не являються між собою конкурентами в змаганні за споживачів. Виключенням є ринок м. Київ та Київської області, на якому конкурують між собою ПАТ „Київхліб”, ТОВ „Кулиничі” та ПАТ „Хлібні інвестиції”. Тому можна стверджувати, що жодне хлібопекарське підприємство не може істотно впливати на випуск продукції галузі. Найбільшу частку на регіональному ринку у 2017 році займає ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” (74,9%). На національному – холдинг „Золотий урожай” компанії Lauffer Group (21%). За методом, заснованим на теорії ефективної конкуренції визначено, що найбільш

конкурентоспроможним з аналізованих на цей час є ПАТ „Теремно Хліб” холдингу „Хлібні інвестиції”. Встановлено, що перевагами конкурентів великих хлібопекарських підприємств (місцеві оператори, торгові мережі з власною пекарнею, малі приватні підприємства) є зменшення собівартості продукції внаслідок роботи за спрощеною системою оподаткування, мобільність, швидке реагування на вподобання споживачів, випуск особливих сортів хліба тощо.

3. Обґрунтовано, що на стан складових елементів фінансово-економічного потенціалу підприємства, подальший його розвиток і результативність функціонування впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори. Внутрішні фактори відображають виробничу спроможність підприємства, його інвестиційну активність та фінансову стабільність. Зовнішні фактори залежать від постачальників борошна, законодавства та загального стану економіки держави. З метою кількісного визначення залежності між показниками діяльності підприємства та зовнішніми факторами, що впливають на його діяльність, розроблено модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів. Встановлено діапазони коливань результативного показника – фінансово-економічного потенціалу залежно від значень економічного (споживчого), фінансового (валютного), соціального, економічного (виробничого) факторів.

Найвище значення коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів підприємства було досягнуто ПАТ „Київхліб” у 2013 році – 41,0, що визначає сприятливу дію ринкових факторів на формування фінансово-економічного потенціалу; найнижче – ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” у 2017 році – 3,4, що відображає надто високий рівень залежності фінансово-економічного потенціалу від умов, що виникають на ринку.

Модель дає можливість здійснити оцінку фінансово-економічного потенціалу протягом поточного операційного циклу, минулого року чи розробити прогноз на майбутній період, порівняти рівень розвитку потенціалів

окремих підприємств, а також динаміку розвитку потенціалу впродовж різних періодів діяльності одного підприємства.

4. Обґрунтовано, що скасування державного регулювання цін на соціально значущі продовольчі товари дало змогу „легально” привести ціни до економічно обґрунтованого рівня, знизити адміністративне навантаження для суб’єктів господарювання, покращити бізнес-клімат в країні для хлібопекарських підприємств, встановити рівні умови для цінової конкуренції з міні-пекарнями та супермаркетами та торговими мережами, обсяг виробництва хліба та хлібопекарських продуктів яких не декларується у органах статистики. Однак, відчутного зростання галузі у 2017 році порівняно з 2016 роком не відбулося: за статистичними даними, обсяг реалізованого хліба та хлібобулочних виробів в Україні зменшився на 8,5%, тоді як вартість реалізованого хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання України зросла на 14,6%, що пояснюється зростанням цін на хліб у 2017 році порівняно з 2016 роком на 16,4%.

Відповідність вітчизняної продукції впровадженням стандартам якості та безпечності продукції (системи управління безпекою продуктів харчування (НАССР) та системи управління якістю міжнародного стандарту (ISSO серії 9000 та 22000)) відкриває для вітчизняних хлібопекарських підприємств нові ринки збуту та перспективи розширення асортименту виготовленої продукції. Одним з найважливіших напрямків діяльності для вітчизняних хлібопекарських підприємств залишається впровадження новітніх технологій, технологічне переоснащення та модернізація виробництва, покращення якості та безпечності продукції, а також розширення асортиментного ряду.

5. На формування та розвиток фінансово-економічного потенціалу підприємств впливає значна кількість ризиків, що потребує створення механізму управління ними. Визначено, що ризиками діяльності хлібопекарських підприємств є економічні (зростання цін на сировину, зміна смаків і вподобань споживачів, зростання кількості конкурентів на ринку, неможливість транспортувати хлібопекарську продукцію на великі відстані

через короткий строк зберігання), фінансові (нестабільність валютного курсу, низька інвестиційна активність, податкове навантаження, високі ставки кредитування), операційні (високі вимоги щодо якості готової продукції, швидка втрата споживчих властивостей хлібопекарської продукції, неможливість працювати на повну потужність) тощо.

Згідно проведеного SWOT-аналізу, можливостями розвитку вітчизняних хлібопекарських підприємств є відміна адміністративного стримування цін на хліб; розробка нових технологій; поява нових ринків для збуту; використання засобів інтернет-маркетингу. Особливістю продукції галузі є необхідність працювати в умовах „виробництво = споживання” у зв’язку з коротким термом зберігання готової продукції, яка повинна бути реалізована протягом одного-двох днів. Важливим для підприємств хлібопекарської галузі є зручність розміщення точок збуту готової продукції, постійне вивчення смаків споживачів, впізнаваність торгової марки, а також забезпечення високої якості виготовленої продукції. Врахування ринкових ризиків та використання можливостей для розвитку зумовлюють високий рівень фінансово-економічного потенціалу підприємств.

Результати досліджень опубліковані у [125, 128, 136, 130, 135, 129, 138].

РОЗДІЛ 3

СУЧАСНА ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В НОВІТНІХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

3.1. Концептуальні засади побудови стратегії формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства в умовах трансформації зовнішнього середовища

Глобалізація, ринкова конкуренція та стрімкий розвиток технологій змушують виробничі компанії приділяти особливу увагу ефективному управлінню. Вагомою є кожна сфера управлінської діяльності: планування, організація, прийняття рішень, мотивація та контроль. З метою уникнення кризових явищ та забезпечення фінансової стабільності необхідно здійснювати пошук нових рішень в сфері фінансового управління підприємствами, які спрямовані на спеціальний захист потоків фінансових ресурсів в компанії за допомогою кращого фінансового планування (бюджетування) на основі надійних, детальних даних; посилення контролю за виконанням планів, визначення відхилень та більш поглиблене вивчення та аналіз їх причин [206].

Досягнення належного рівня фінансово-економічного потенціалу є важливим для діяльності кожного підприємства, оскільки показник характеризує з одного боку, стан використання і розвитку внутрішніх можливостей підприємства, з іншого боку – реагування підприємства на зовнішні загрози, що виникають на ринку в процесі взаємодії з іншими господарюючими суб'єктами та державою. За допомогою комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства можуть виявити слабкі місця свого розвитку та з'ясувати перспективні можливості для свого розвитку.

Стратегічне управління фінансово-економічним потенціалом стосується теорій фінансового менеджменту, згідно з якими підприємству необхідно

забезпечити найбільш ефективне формування капіталу, а також обґрунтовано приймати рішення щодо розподілу та реінвестування отриманого прибутку [212].

При дослідженні фінансово-економічного потенціалу, перш за все визначається, який стан його розвитку був досягнутий в минулих періодах діяльності підприємства. Як було досліджено, стан фінансово-економічного потенціалу підприємств впродовж різних аналізованих періодів може бути: кризовим, депресивним, стабільним, зростаючим та перспективним.

На базі отриманих значень минулих періодів, аналітики, інвестори та менеджери підприємства можуть визначити, які періоди діяльності підприємства були найбільш несприятливими, які фактори на це вплинули. Внаслідок прийнятих управлінських рішень, або зміни зовнішніх ринкових факторів, стан розвитку фінансово-економічного потенціалу змінюється. Змінюється так само стан розвитку продуктивних сил підприємства. Як наслідок, зі зростанням фінансово-економічного потенціалу відбувається покращення у всіх ланках фінансово-господарської діяльності підприємства: підвищується прибутковість підприємства, його платоспроможність, ліквідність. Підприємству більше довіряють потенційні інвестори, акціонери та фінансово-кредитні установи.

Перспективний рівень фінансово-економічного потенціалу підприємства є найоптимальнішим та свідчить про потужні результати підприємства, що при правильній зовнішній політиці можуть забезпечити підприємству лідируючі позиції на ринку.

З іншого боку, важливо розуміти заходи, які призведуть до зростання фінансово-економічного потенціалу підприємства як у найближчих періодах, так і довгостроковій перспективі. Формування і розвиток як загального фінансово-економічного потенціалу, так і його складових частин, можливий за умови розроблення ефективної стратегії.

З метою визначення орієнтирів для розробки стратегії формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства необхідно

дослідити основні цілі, яких треба досягти в процесі забезпечення перспективного стану фінансово-економічного потенціалу підприємства.

Побудуємо дерево цілей розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства та відобразимо його на рис. 1.

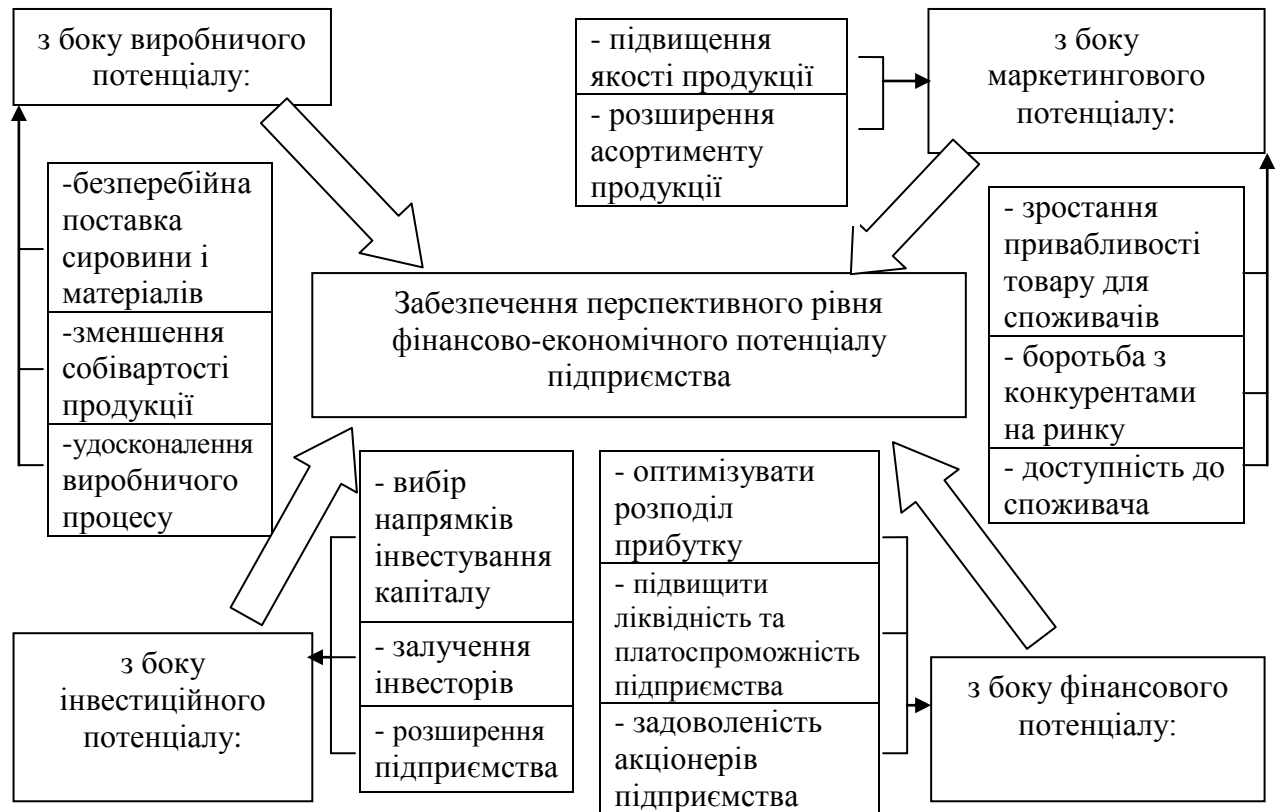


Рис. 3.1. Основні напрямки розвитку стратегії формування фінансово-економічного потенціалу підприємства за допомогою методу „Дерево цілей”

Джерело: розроблено автором

Стратегічною метою для стратегії визначено забезпечення перспективного рівня фінансово-економічного потенціалу підприємства.

Так, перспективний рівень для вітчизняних підприємств досягти важко через ряд факторів і перешкод, які виникають у процесі їх фінансово-господарської діяльності. Але завдяки комплексному підходу, що включає в себе дослідження стратегії розвитку виробничого, маркетингового, інвестиційного та фінансового потенціалів, це стає реальним.

Стратегії розвитку покликані візуалізувати кроки до досягнення поставлених цілей. Залежно від обраної стратегії розвитку, заходи можуть

відрізнятися один від одного.

Розглянемо види стратегій, що можуть бути використані для розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства на рис. 2.



Рис 3.2. Види стратегій, що можуть бути використані для розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства

Джерело: розроблено автором

Розглянемо три основних напрямки розвитку стратегічного управління фінансово-економічним потенціалом: стратегію розвитку фінансів, інвестиційну стратегію та стратегію розподілу прибутку.

Стратегія фінансування. Функції фінансової стратегії полягають у з'ясуванні основних принципів фінансування, встановленні цілей фінансування, встановленні загальної шкали, каналів та методів фінансування, розробці стратегічних схем оптимізації структури капіталу, встановленні відповідних контрзаходів для досягнення цілей фінансування, а також прогнозування суми капіталу, якого потребує підприємство.

Інвестиційна стратегія. В якості стратегічного управління фінансами ця

стратегія визначає, чи підприємство може розумно та ефективно розподіляти свій капітал та ресурси. Інвестиційна стратегія передбачає визначення обсягу наявного інвестиційного капіталу, а також вибору напрямку інвестування: в оновлення наявної матеріально-технічної бази чи зовнішні інвестиції у цінні папери чи статутні фонди інших підприємств.

Стратегія розподілу прибутку. Ця стратегія включає управління прибутком підприємства та оптимальним його розподілом: як на забезпечення розширеного відтворення, так і на покращення добробуту працівників. Стратегія розподілу прибутку спрямована на підвищення конкурентоспроможності підприємств та їх фінансово-економічного потенціалу на базі інвестиційної стратегії та стратегії фінансування.

В умовах постійної конкуренції з міні-виробниками продукції вітчизняні хлібопекарські підприємства змушені або скорочувати виробництво, або за допомогою цінових та нецінових стратегій залучати споживачів саме до споживання продукції своєї торгової марки.

Таблиця 3.1

Конкурентні характеристики хлібопекарських підприємств України

	ПАТ „Київхліб”	ПрАТ „Концерн Хлібпром”	ПАТ „Теремно Хліб”	ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”
Територія ринку збуту	Київська область	Львівська, Вінницька області	Волинська область	Херсонська область	Чернівецька область
Ринкова позиція	Лідер українського ринку	Лідер українського ринку	Лідер місцевого ринку	Лідер місцевого ринку	Лідер місцевого ринку
Конкурентна поведінка	Наступальна	Стратегія демаркетингу (скорочення)	Позиційна оборона	Оборонна	Оборонна
Конкурентна стратегія	Зростання (диференціація)	Творча сегментація ринку	Диверсифікація	Розширення асортиментного ряду	Консолідація ринку
Рівень інвестиційної активності	Висока	Низька	Висока	Висока	Помірна

Джерело: розроблено автором

Дослідимо кожен з виокремлених напрямків стратегії формування та

розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства на прикладі вітчизняних хлібопекарських підприємств.

Виробничий потенціал – це сукупність вартісних, натурально – речових характеристик виробничої бази, що виражається у здатності виробляти продукцію певного асортименту, технічного рівня та якості у необхідному обсязі.

Забезпечення перспективного рівня фінансово-економічного потенціалу підприємства неможливе без оптимальної реалізації виробничої складової потенціалу підприємства. Відобразимо в табл. 3.2 заходи, що можуть бути реалізовані з метою досягнення поставлених цілей.

Таблиця 3.2

Комплекс заходів з метою досягнення цілей розвитку виробничого потенціалу

Стратегія розвитку ФЕП з боку виробничого потенціалу	Цілі	Заходи
	- безперебійна поставка сировини і матеріалів	<ul style="list-style-type: none"> - залучення надійних постачальників сировини; - укладання довготермінових контрактів з постачальниками; - постійний моніторинг врожайності сировини з метою швидкого реагування на ринкові ризики
	- зменшення собівартості продукції	<ul style="list-style-type: none"> - диверсифікувати джерела поставки сировини: Аграрний фонд, власні поля, закупівля у приватних постачальників; - оптимізація робочого процесу; - скорочення витрат на утримання приміщень, що не використовуються підприємством;
	- удосконалення виробничого процесу	<ul style="list-style-type: none"> - модернізація техніки та технологій; - підвищення кваліфікації працівників; - використання передового досвіду іноземних компаній у веденні бізнесу

Джерело: розроблено автором

Наведемо декілька прикладів ефективних заходів, що дозволили збільшити виробничий потенціал вітчизняних хлібопекарських підприємств.

Використовуючи стратегію фокусування на витрати, ПАТ „Концерн Хлібпром” у 2016 році на Львівському хлібозаводі №1 реалізував пілотний проект по моніторингу споживання енергоносіїв. Інвестиції склали близько 800 тис. грн. Вже за 2 місяці після старту компанія зуміла знизити споживання електроенергії на Львівському хлібозаводі №1 майже на 15%. В результаті

впроваджені заходи та досягнута економія дозволять виробнику частково нівелювати вплив росту тарифів енергоносіїв на собівартість його продукції.

У 2017 році на ТДВ „Івано-Франківський хлібокомбінат”, що є частиною холдингу „Хлібні інвестиції”, взявши за озброєння стратегію обмеженого зростання, провели модернізацію виробництва на суму 1,2 млн. доларів: ввели в експлуатацію енергозберігаючу систему охолодження, нарізки та пакування хлібобулочної продукції. У 2017 році ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” також запустив лінію шокової заморозки. Вказані заходи не тільки підвищили їх конкурентоспроможність, а й відкрили шлях до нових ринків збуту продукції.

Тоді як Концерн „Хлібпром”, за стратегією скорочення, закрит Самбірський хлібокомбінат з метою збільшення випуску продукції на Львівських хлібо заводах №1 та №5.

Дослідимо які заходи з боку розвитку маркетингового потенціалу можна використати в стратегії формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Комплекс заходів з досягнення цілей розвитку маркетингового потенціалу

Стратегія розвитку ФEP з боку маркетингового потенціалу	Цілі	Заходи
	- підвищення якості продукції	- дотримання державних стандартів до якості продукції - використання сировини вищої якості; - використання екологічних інгредієнтів та упакування продукції;
	- розширення асортименту продукції	- розробка нових сортів продукції; - відмова від нерентабельної продукції; - виготовлення елітних сортів
	- зростання привабливості товару для споживачів	- використання торгових марок; - маркування продукції; - сучасний дизайн упаковок; - зазначення складу продукції на упаковці;
	- боротьба з конкурентами на ринку	- розробка та розповсюдження реклами - створення акційних та соціальних сортів продукції; - участь у виставках та аукціонах; - вихід на нові ринки збуту
	- доступність до споживача	- наявність широкої мережі точок збуту; - налагоджена логістика

Джерело: розроблено автором

В розвитку стратегії фокусування на диференціювання успіхів досягають такі компанії, як Lauffer Group, що у сегменті виробництва хліба та хлібобулочних виробів представлена такими брендами: ТМ „Урожай”, ТМ „Булкін”, ТМ „Салтівський”, ТМ „Коровай”.

Під торговою маркою „Формула Смаку” хлібобулочну та кондитерську продукцію виготовляють ПАТ „Криворіжхліб”, ТОВ „Миколаївський хлібозавод №1”, ПАТ „Ніжинський хліб”, ТОВ „Черкасихліб ЛТД” та ТОВ „Чернігівський хлібокомбінат”.

Також в межах вказаної стратегії Концерн „Хлібпром” збільшив долю запакованого хлібу в обсягу реалізованої продукції. Хліб в яскравій брендovanій упаковці вигідно виділяється серед товарів-конкурентів, а також може зберігати свої споживчі властивості довше.

ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” працює під ТМ „Хліба Херсонщини” та пропонує своїм клієнтам широкий асортимент продукції: тостові, білоруські, булочки, фінські види хліба, вироби з курагою та родзинками, різними зернами та горіхами тощо. Також підприємство здійснює виробництво тортів та кондитерських виробів під ТМ „DREAM CAKE” та печиво, пряники, тістечка й тортів під ТМ „Королівська насолода”. На підприємстві впроваджено сертифіковану систему управління безпечністю харчових продуктів згідно вимог ДСТУ ISO 22000:2007.

Розвиваючи стратегію зростання, підприємство „Київхліб” в 2017 році почало поставляти в США продукцію тривалого зберігання і заморожені кондитерські вироби. Також компанія експортує продукцію до Німеччини, в Середню Азію, країни Балтії, Ізраїль, Канаду.

З метою підвищення доступності продукції та з метою налагодження логістики, ПАТ „Київхліб” у 2017-2018 роках планує поповнити автопарк 200 одиницями транспорту для доставки продукції підприємства.

Інвестиційний потенціал тісно пов'язаний з кожним з представлених вище потенціалів, оскільки без фінансових вкладень капіталу не може розвиватись жодна ланка діяльності підприємства. Розглянемо заходи, що пропонуються

для досягнення поставлених цілей в інвестуванні (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Комплекс заходів з метою досягнення цілей
розвитку інвестиційного потенціалу

Стратегія розвитку ФЕП з боку інвестиційного потенціалу	Цілі	Заходи
	- вибір напрямків інвестування капіталу	- участь в статутному капіталі інших підприємств; - залучення фінансових інвестицій; - вкладення в цінні папери; - інвестування в модернізацію власних активів
	- залучення інвесторів	- пропозиція вигідних для інвесторів проектів; - популяризація підприємства серед міжнародних партнерів; - співпраця з іншими підприємствами на взаємовигідних умовах
	- розширення підприємства	- відкриття нових філій чи дочірніх підприємств; - купівля додаткових виробничих, адміністративних чи складських приміщень;

Джерело: розроблено автором

Величезним інвестиційним проектом, що базується на стратегії зростання, представлено Кулиничівський хлібозавод (ТМ „Кулиничі”) Харківської області, де у 2018 році розпочато будівництво хлібопекарського комплексу, вартістю 50 мільйонів євро. Проект планують завершити у 2019 році. На підприємстві буде розширено виробництво заморожених напівфабрикатів за допомогою новітнього вітчизняного та іноземного обладнання. Враховуючи можливість тривалого зберігання такої продукції, це дасть змогу збільшити експорт вітчизняних напівфабрикатів закордон.

Також розширяє виробничі площі холдинг „Хлібні інвестиції”, який у 2018 здійснює будівництво кондитерського цеху на „Луцькому хлібозаводі” (ПАТ „Теремно Хліб”). Очікується, що встановлене обладнання дозволить не тільки виробляти, але й заморожувати кондитерські вироби з метою їх транспортування.

ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” у вересні 2017 року запустив лінію шокової заморозки хлібобулочних виробів, які можуть бути випечені безпосередньо в точках продажу. Це дає позитивні кроки до співпраці як

виробника напівфабрикату, так і закупівельника. Це дозволяє уникнути нереалізованої чи зіпсованої продукції, а споживачі отримують свіжу випічку в точках збуту. Також у цьому ж році підприємство відкрило нову лінію з виробництва круасанів, придбавши пекарське обладнання у провідних виробників: MIWE (Німеччина), RONDO (Швейцарія), Bakito.

Холдинг „Хлібні інвестиції” також завершує будівництво заводу із виробництва заморожених хлібних виробів в смт Нові Петрівці Вишгородського району, поряд з ТОВ „Перший столичний хлібозавод”, на суму 22 млн євро.

Заходи з метою досягнення цілей розвитку фінансового потенціалу представлені в табл. 4.

Таблиця 3.5

Комплекс заходів з метою досягнення цілей
розвитку фінансового потенціалу

Стратегія розвитку ФЕП з боку фінансового потенціалу	Цілі	Заходи
	- оптимізувати розподіл прибутку	- визначення напрямків розподілу прибутку: на інвестування у зовнішні активи, реінвестування, або залишення нерозподіленим
	- підвищити ліквідність та платоспроможність підприємства	- контроль за залученими зобов'язаннями; - зменшення обсягу позичкового капіталу в структурі активів підприємства - збільшити обсяг високоліквідних активів підприємства
	- задоволеність акціонерів підприємства	- сплата дивідендів акціонерам; - залучення акціонерів до участі у вирішенні стратегічних питань діяльності компанії

Джерело: розроблено автором

Прикладом активної діяльності з метою повернення активів є підприємство ПАТ „Київхліб”. У 2017 році, зв'язку визнанням НБУ банку „Хрещатик” неплатоспроможним, низка активів, за якими закріплено право вимоги за кредитними договорами „Київхліб”, забезпечених нерухомим майном, була виставлена на продаж на аукціоні. Однак завдяки активним та злагодженим діям підприємству вдалось відстояти свої права: рішенням Господарського суду міста Києва від 22.09.2017 р. визнано припиненими

зобов'язання за кредитними договорами, визнано застави припиненими, скасовано записи про іпотеку та обтяження нежилих будівель та припинено обтяження нерухомого майна.

За даними фінансової звітності [118], у 2013-2017 роках нерозподілений прибуток ПАТ „Київхліб” складав від 107,9 млн. грн. до 90,0 млн. грн. у 2017 році. У 2015 році чистий збиток склав 30,2 млн. грн., сума нерозподіленого прибутку складала 57,1 млн. грн., підприємство залучило довгостроковий кредит в сумі 96,4 млн. грн. Це є прикладом того, як підприємство змушене користуватись всіма фінансовими інструментами, щоб забезпечити і стійкість власного капіталу, так і свою платоспроможність в майбутньому.

Згідно з даними фінансової звітності, жодне з підприємств: ПАТ „Київхліб”, ПрАТ „Концерн Хлібпром”, ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”, ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”, ПАТ „Теремно Хліб” не виплатили дивіденди акціонерам протягом 2013-2017 років. Це є проблемою для вітчизняного ринку, оскільки інвестори не отримують відшкодування вкладень.

Перешкодами для реалізації вказаних стратегій може бути недостатня інвестиційна спроможність та відсутність дослідницьких можливостей. Часто для вітчизняних підприємств характерною є нестача статутного капіталу та обмежений розмір оборотного капіталу, що зумовлюють погані інвестиційні можливості. Орієнтуючись на короткострокові цілі, вони зорієнтовані на просте, а не на розширене відтворення. За відсутністю належного фінансового ринку, інвестування вітчизняних підприємств відбувається у власну діяльність, зокрема у придбання основних засобів. Підприємства в умовах технічного прогресу інвестують кошти у впровадження нових технологій з метою підвищення конкурентоспроможності продукції. Однак економічні вигоди при належній роботі підприємства на ринку капіталу та вибір нових напрямів інвестицій дозволили б залучити додаткові фінансові ресурси. Все це сильно впливає на створення та реалізацію стратегічних фінансових цілей підприємства.

Важливим також виступає створення системи попередження фінансової кризи та ефективний контроль за фінансовими ризиками. Система раннього попередження фінансової кризи є дуже важливим засобом контролю фінансових ризиків та досягнення стратегічних фінансових цілей для малих та середніх підприємств. Підприємство повинне сформувати інформацію про галузеву політику та ринкову конкуренцію, встановити та дотримуватись визначених показників чутливості, а також використовувати моделі раннього попередження. Вказані заходи дозволять підприємствами вживати ефективних превентивних заходів та уникнути фінансових криз.

З метою динамічного розвитку вітчизняні підприємства повинні орієнтуватись на все більший професіоналізм. Конкуренція на ринку та технологічні досягнення у галузях зумовлюють необхідність забезпечення ефективного управління в усіх напрямках: у плануванні, організації, прийнятті рішень, мотивації та контролю.

В процесі забезпечення перспективного фінансово-економічного потенціалу виникає потреба у пошуку оптимального виробництва та пошуку нових рішень з фінансового управління підприємством. Варто також приділити увагу удосконаленню фінансового планування (бюджетування) на основі надійних, детальних даних; посиленню контролю за виконанням планів, визначення відхилень, поглиблене вивчення та аналіз їх причин.

Як наслідок можна зазначити, що вітчизняні хлібопекарські підприємства активно працюють, використовуючи торгові марки, проводять модернізацію виробничих потужностей з метою переходу в площину роботи з напівфабрикатами та заморозки готової кондитерської продукції, а не лише виробництво хлібу для внутрішнього споживання. Використання такої стратегії виправдане ринковими умовами, оскільки розширення ринків збуту дозволить принести значну суму додаткових доходів. Перспективами може стати поглиблене дослідження сформованих завдань стратегії на прикладі конкретних підприємств з використанням даних фінансової та статистичної звітностей.

3.2. Удосконалення методики оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства в контексті визначення альтернатив його розвитку

Економічний розвиток України залежить від розвитку потенціалів кожного підприємства, організації та бізнес-структури. Важко переоцінити важливість оцінки потенціалу підприємства. Постійний розвиток та вмiла маркетингова політика з урахуванням зовнішніх ризиків дозволяють підприємству забезпечувати довгострокову прибутковість. Розробка методики оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства дозволить визначити слабкі ланки, що виникають у внутрішньому розвитку підприємства та у процесі ринкових взаємовідносин, і оперативно реагувати на них.

Визначення та методика оцінки потенціалу розвитку підприємства в сучасній економічній думці залишається темою, відкритою для дискусій.

Методики сучасних науковців часто базуються на експертних значеннях, правильність та об'єктивність яких часто неможливо оцінити. Зокрема, методи експертних оцінок та експертного опитування в оцінці конкурентного потенціалу використовують В. Гросул [32] та Назарова О.Г. [93].

Методику оцінки потенціалу підприємства за допомогою вартісного підходу розглядають О. Федонін [177], А. Сабадирьова [158]. Методи вартісного підходу є актуальними у разі оцінки підприємств під час їх створення чи ліквідації, а не для оцінки потенціалу підприємства.

В. Гриньова, В. Коюда [31] ступінь використання інвестиційного потенціалу оцінюють за методикою, заснованою на фінансових коефіцієнтах, що всебічно характеризують діяльність підприємства. І.Сіменко [160] використовує бальну систему оцінки фінансового потенціалу, порівнюючи обрані показники з нормативним значенням, а економічний потенціал характеризує шляхом аналізу кожного із складових елементів економічного потенціалу.

Є.Лапін [76] виокремлює один з можливих способів оцінки економічного

потенціалу – інтегральний, що формується з окремих видів потенціалів підприємства. Тоді як В. Бикова [11] формує інтегральний показник комплексної оцінки фінансово-економічного потенціалу шляхом добутку комплексних оцінок фінансового й економічного потенціалів. Вказана методика належить до однієї з найбільш оптимальних, однак автором аналізуються підприємства загальнодержавного значення, для яких не враховано показники впливу інвестиційного та маркетингового потенціалів на фінансово-економічний потенціал підприємства.

Кожен з напрямків фінансово-господарської діяльності так чи інакше впливає на місце господарюючого суб'єкта на ринку. Виробнича діяльність підприємства залежить рівня забезпеченості та ефективності використання як основних засобів підприємства, так і трудових ресурсів. Рівень розвитку та взаємодії підприємства на ринку, попит на виготовлену продукцію визначають його маркетинговий потенціал. Інвестиційний потенціал формується внаслідок додаткових джерел надходжень, що стимулюють оновлення основних засобів та зростання вартості акцій підприємства. Фінансовий потенціал, з свого боку, інформує про співвідношення про фінансову незалежність та платоспроможність підприємства у довгостроковій перспективі. Зі свого боку, фінансово-економічний потенціал відображає вплив фінансової складової на економічний потенціал підприємства.

Оцінка фінансово-економічного потенціалу підприємства повинна висвітлювати динаміку узагальнюючого коефіцієнта залежно від змін фінансово-господарських показників діяльності підприємства з однієї сторони, а з іншої – демонструвати якою мірою діяльність інших підприємств на ринку впливає на розвиток обраного підприємства.

Методика комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства базується на чотирьох видах потенціалів, що формують загальний коефіцієнт фінансово-економічного потенціалу підприємства, а саме: виробничий, маркетинговий, інвестиційний, фінансовий потенціали [11, 76].

Враховуючи те, що методичні підходи до оцінки фінансово-економічного потенціалу потребують вдосконалення, розглянемо алгоритм розробки комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства (ФЕП) (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Алгоритм розробки комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства

Джерело: складено автором

Враховуючи зазначене, комплексний підхід до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства вирішено здійснювати у двох напрямках:

– у порівнянні з окремими періодами діяльності конкретного підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку;

– у порівнянні з іншими підприємствами в процесі ринкової взаємодії.

Відобразимо в табл. 3.6 систему показників, що утворюють кожен з визначених потенціалів підприємства.

Таблиця 3.6

Методика розрахунку показників комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства

Вид потенціалу підприємства	Показники розрахунку	Методика розрахунку	Умовні позначення, джерело інформації
1	2	3	4
Виробничий потенціал (ВП)	Коефіцієнт зносу основних фондів (K_3)	$K_3 = \frac{З}{ПВ}$	З – знос основних засобів (дані: форма 1, код рядка 1012) ПВ – первісна вартість основних засобів (дані: форма 1, код рядка 1011)
	Фондовіддача (Φ_6)	$\Phi_6 = \frac{ЧД}{ОЗ}$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (дані: форма 2, код рядка 2000); сер ОЗ – середня сума залишкової вартості основних засобів (дані: форма 1, код рядка 1010)
	Продуктивність праці (ПП)	$ПП = \frac{ЧД}{Ч}$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (дані: форма 2, код рядка 2000); Ч – чисельність працівників (дані: форма 1)
	Рентабельність продукції за валовим прибутком ($R_{пр}$)	$R_{пр} = \frac{ВП}{С} \cdot 100\%$	ВП – валовий прибуток (дані: форма 2, код рядка 2090); С – собівартість реалізованої продукції (дані: форма 2, код рядка 2050)
Маркетинговий потенціал	Рентабельність продажу (R_s)	$R_s = \frac{ВП}{ЧД} \cdot 100\%$	ВП – валовий прибуток (дані: форма 2, код рядка 2090); ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (дані: форма 2, код рядка 2000)
	Частка ринку (Q_p)	$Q_p = \frac{ЧД}{Q_o}$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (дані: форма 2, код рядка 2000); Q_o – обсяг виробництва хліба та хлібопекарської продукції відповідної області (дані: розрахункові на базі показників Держкомстату [102])
Інвестиційний потенціал	Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію ($ЧП_a$)	$ЧП_a = \frac{ЧП}{Акц}$	ЧП – чистий фінансовий результат (дані: форма 2, код рядка 2350 (2355)); Акц – кількість акцій (дані: форма 2, код рядка 2600)

Продовження табл. 3.6

1	2	3	4
Інвестиційний потенціал	Коефіцієнт інвестування ($K_{інв}$)	$K_{інв} = \frac{BK}{НА}$	ВК – власний капітал підприємства (дані: форма 1, код рядка 1495); НА – необоротні активи (дані: форма 1, код рядка 1095)
	Коефіцієнт оновлення НА ($K_{онов}$)	$K_{онов} = \frac{В_{НА}}{НА}$	$В_{НА}$ – витрати на придбання необоротних активів (дані: форма 3, код рядка 3260); НА – необоротні активи (дані: форма 1, код рядка 1095)
Фінансовий потенціал	Коефіцієнт поточної ліквідності ($K_{пл}$)	$K_{пл} = \frac{ОА}{ПЗ}$	ОА – оборотні активи (дані: форма 1, код рядка 1195); ПЗ – поточні зобов'язання (дані: форма 1, код рядка 1695)
	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості ($K_{кз}$)	$K_{кз} = \frac{ЧД}{КЗ}$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (дані: форма 2, код рядка 2000); сер КЗ – середня сума кредиторської заборгованості (дані: форма 1, код рядка 1610-1650)
	Коефіцієнт автономії ($K_{авт}$)	$K_{авт} = \frac{BK}{K}$	ВК – власний капітал підприємства (дані: форма 1, код рядка 1495); К – власний капітал підприємства (дані: форма 1, код рядка 1495);
	Рентабельність діяльності підприємства (R_d)	$R_d = \frac{ЧП}{A} \cdot 100\%$	ЧП – чистий фінансовий результат (дані: форма 2, код рядка 2350 (2355)); сер А – середня сума активів (дані: форма 1, код рядка 1900)

Джерело: розроблено автором на базі [31, с. 190]

В межах комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства розроблено модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку (ФЕП_{вн}) та модель оцінки коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин (ФЕП_з) [31, с. 190].

Модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку базується на наступних етапах:

1) за даними фінансової звітності розраховуються показники (p_{ijk}) відповідно до табл. 1 в розрізі звітних періодів та підприємств;

2) визначається оптимальне значення кожного показника за аналізований період окремо для кожного з підприємств (o_{jk}). Оптимальне значення для всіх

показників, крім K_3 – максимальне. Для K_3 – мінімальне серед наявних. Для оптимізації підрахунків використаємо функцію „МАКС” і „МИН” у програмі MS Excel;

3) здійснюємо розрахунок коефіцієнтів a_{ijk} за формулою 1:

$$a_{ijk} = \frac{p_{ijk}}{o_{jk}}, \quad (3.1)$$

де i – порядковий номер аналізованого року;

j – порядковий номер кожного з підприємств;

k – вид показника, значення якого розраховується.

4) розраховуємо значення коефіцієнтів r_{ijk} за формулою 2:

$$r_{ijk} = (1 - a_{ijk})^2 \quad (3.2)$$

5) розраховуємо кожен з потенціалів – ВП, МП, ІП, ФП (Π_{ij}) за формулою 3:

$$\Pi_{ij} = \sum r_{ijk} \quad (3.3)$$

б) шляхом розрахунку параметрів лінійної множинної регресії за допомогою функції ЛИНЕЙН у програмі Microsoft Office Excel за рівнянням моделі оцінки коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку знаходимо ФЕП_{вн}:

$$\text{ФЕП}_{\text{вн}} = 3,832 + 0,624 \cdot \text{ВП} - 5,745 \cdot \text{МП} + 0,226 \cdot \text{ІП} + 1,314 \cdot \text{ФП}, \quad (3.4)$$

де ВП – виробничий потенціал;

МП – маркетинговий потенціал;

ІП – інвестиційний потенціал;

ФП – фінансовий потенціал.

За результатами проведеного аналізу визначено, що у розробленій моделі оцінки коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку коефіцієнт кореляції $r = 0,8$, що свідчить про тісний зв'язок між показником у і факторами. Оскільки параметр $a_0 = 3,832 > 0$ і $r = 0,8 > 0$, то між величинами $\text{ФЕП}_{\text{вн}}$ та всіма видами потенціалів існує прямий зв'язок.

Характеристики $\text{ФЕП}_{\text{вн}}$ впорядковуються в порядку зменшення значень коефіцієнта. Розподіл значень результативного показника $\text{ФЕП}_{\text{вн}}$ – фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку наведений в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Таблиця відповідності значень результативного показника $\text{ФЕП}_{\text{вн}}$

$\text{ФЕП}_{\text{вн}} \leq 1$	$1 < \text{ФЕП}_{\text{вн}} \leq 4$	$4 < \text{ФЕП}_{\text{вн}} \leq 7$	$7 < \text{ФЕП}_{\text{вн}} \leq 10$	$\text{ФЕП}_{\text{вн}} > 10$
перспективний	зростаючий	стабільний	депресивний	кризовий

Джерело: розроблено автором

Внутрішні особливості розвитку підприємств зумовлюють нерівномірний стан фінансово-економічного потенціалу впродовж різних аналізованих періодів:

- кризовий стан $\text{ФЕП}_{\text{вн}}$ свідчить про те, що аналізовані показники не відповідають оптимальним значенням, у всіх напрямках діяльності підприємства спостерігаються проблеми, вирішенню яких може сприяти запровадження антикризового управління;

- депресивний $\text{ФЕП}_{\text{вн}}$ характерний деякими недоліками фінансово-господарської діяльності, що перешкоджають розвитку підприємства. Важливо не допустити поглибленню цієї ситуації та недопустити кризових процесів;

- стабільний $\text{ФЕП}_{\text{вн}}$ забезпечується безперебійним випуском продукції, чіткими взаємозв'язками з постачальниками, повнотою матеріально-технічної бази тощо;

- зростаючий $\text{ФЕП}_{\text{вн}}$ являється першою сходинкою до зростання підприємства та свідчить про запровадження дієвих інструментів оптимізації виробничого процесу та забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку;

– перспективний ФЕП_{вн} свідчить про потужні результати підприємства, що при правильній зовнішній політиці можуть забезпечити підприємству лідируючі позиції на ринку.

Розрахуємо для прикладу значення фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” у 2013-2017 роках за наведеною моделлю. відповідно до методики, наведеної в табл. 1 за етапами 1, 2 моделі в табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Розрахунок показників Чернівецького хлібокомбінату у 2013-2017 роках

	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Оптимальне значення
Виробничий потенціал						
Коефіцієнт зносу основних фондів	0,480	0,503	0,539	0,492	0,457	0,457
Фондовіддача	1,927	1,793	2,706	2,152	1,691	2,706
Продуктивність праці	240,9	239,3	397,3	361,8	311,4	397,3
Рентабельність продукції за валовим прибутком	46,8	51,6	62,0	51,1	54,7	62,0
Маркетинговий потенціал						
Рентабельність продажу	31,9	34,0	38,3	33,8	35,4	38,3
Частка ринку	0,74	0,73	0,84	0,81	0,75	0,84
Інвестиційний потенціал						
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	0,329	0,146	1,177	1,053	0,443	1,177
Коефіцієнт інвестування	1,677	1,642	1,933	1,493	1,271	1,933
Коефіцієнт оновлення необоротних активів	0,000	0,000	0,216	0,180	0,071	0,216
Фінансовий потенціал						
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,848	2,110	1,759	1,372	1,136	2,110
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	6,285	6,484	8,184	5,699	4,832	8,184
Коефіцієнт автономії	0,433	0,375	0,381	0,404	0,389	0,433
Рентабельність діяльності підприємства	2,0	0,8	5,7	4,6	1,8	5,7

Джерело: розраховано автором

Згідно розрахованих даних бачимо, що найбільше оптимальних значень

досягнуто Чернівецьким хлібокомбінатом у 2015 році. У 2017 році підприємство оновило базу необоротних активів, внаслідок чого коефіцієнт зносу основних фондів досягнув найнижчого значення протягом аналізованого періоду – 0,457. Тоді як коефіцієнт оновлення необоротних активів найвищим був у 2015 році і складав 0,216.

Визначимо значення складових потенціалів та результативного показника ФЕП_{вн} ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” у 2013-2017 роках за етапами 3-6 моделі в табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Визначення фінансово-економічного потенціалу ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” залежно від внутрішніх факторів його розвитку у 2013-2017 роках

	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Виробничий потенціал	0,300	0,310	0,032	0,087	0,201
Маркетинговий потенціал	0,043	0,032	0,000	0,015	0,018
Інвестиційний потенціал	1,536	1,790	0,000	0,090	0,958
Фінансовий потенціал	0,502	0,794	0,042	0,254	0,855
ФЕП _{вн}	4,8	5,3	3,9	4,2	5,2

Джерело: розраховано автором

Згідно розрахункових даних, найнижчі, а отже – найкращі значення виробничого, маркетингового, інвестиційного та фінансового потенціалів були досягнуті Чернівецьким хлібокомбінатом у 2015 році. Тоді як у 2017 році значення потенціалів продовжувало зростати.

Відповідно до проаналізованих даних, фінансово-економічного потенціалу підприємства ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” залежно від внутрішніх факторів його розвитку протягом всього аналізованого періоду, крім 2015 року, був стабільним. У 2015 році значення ФЕП_{вн} знаходилось на рівні зростаючого.

Враховуючи проведений аналіз, у перспективних періодах підприємству

необхідно приділити увагу оптимізації значень показників складових інвестиційного та фінансового потенціалів.

За допомогою вказаної моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку проведемо розрахунок ФЕП_{вн} для всіх аналізованих хлібопекарських підприємств України в табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Динаміка значень фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України залежно від внутрішніх факторів їх розвитку за 2013-2017 роки

	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Середнє значення ФЕП _{вн}
ПАТ „Київхліб”	4,2	9,5	9,4	4,8	4,9	6,5
ПрАТ „Концерн Хлібпром”	5,2	10,4	10,9	8,0	9,2	8,7
ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	6,3	7,3	4,0	2,9	4,0	4,9
ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	4,8	5,3	3,9	4,2	5,2	4,8
ПАТ „Теремно Хліб”	9,2	16,0	4,3	4,7	6,5	8,2

Джерело: розраховано автором

Проводячи аналіз отриманих результатів керуємось таблицею результатів аналізу показника фінансово-економічного потенціалу підприємства.

Середнє значення ФЕП_{вн} розраховане середнім арифметичним серед результатів 2013-2017 років. За допомогою середнього значення можна оцінити загальний стан розвитку потенціалу підприємства. Тоді як динаміка результатів показника різні роки, ступінь впливу складових потенціалу на остаточний результат та інші внутрішні фактори розвитку підприємства є основоположними для оцінки результатів проведеного дослідження.

Враховуючи те, що найвищий стан розвитку фінансово-економічного

потенціалу – перспективний, його не було досягнуто жодним підприємством як в результаті усереднення значення ФЕП_{вн}, так і в щорічних показниках.

За результатами оцінювання найвищий стан фінансово-економічного потенціалу спостерігається у ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”, середнє значення ФЕП_{вн} склало 4,9, що є значним відривом від інших підприємств. Дане значення показника свідчить про те, що керівництво підприємства ефективно використовує внутрішні мотиви до зростання та розвитку компанії. Забезпечується налагодження бізнес-процесів, мотивація співробітників, організованість та націленість на результат. Це дає потужний мотив для розвитку підприємства. Незважаючи на те, що стан фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку найвищим був у 2016 році (2,9), а у 2017 році значення погіршилось до 4,0, потенціал залишається на рівні „зростаючого”. Це дає змогу стверджувати, що для підприємства потрібно здійснити ще декілька заходів у напрямку до перспективного рівня ФЕП_{вн}, який є досяжним у майбутньому.

Найгірші середні значення фінансово-економічного потенціалу спостерігаються у підприємств ПрАТ „Концерн Хлібпром” та ПАТ „Теремно Хліб” – 8,7 та 8,2 відповідно, що відповідає депресивному стану. У вказаних підприємств також було досягнуто кризовий рівень ФЕП_{вн}: у 2014 році у ПрАТ „Концерн Хлібпром” (10,4) і ПАТ „Теремно Хліб” (16,0), в 2015 році – у ПрАТ „Концерн Хлібпром” (10,9). Так, вказані роки були кризовими для більшості підприємств у зв’язку з важкою ситуацією в країні, що вплинула на внутрішні фактори розвитку, але найбільш зазнали труднощів у відновленні свого фінансово-економічного потенціалу саме ПрАТ „Концерн Хлібпром” та ПАТ „Теремно Хліб”. Варто враховувати, що Концерн Хлібпром складається з декількох переробних підприємств, тому негативні значення одного дочірнього підприємства можуть переважати позитивні зрушення іншого.

Стан фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку ПАТ „Київхліб” та ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” змінювався щороку. Зі стабільного стану ФЕП_{вн} ПАТ

„Київхліб” у 2013 році (4,2) у 2014-2015 роках показник знаходився в межах депресивного стану, але у 2016-2017 роках досяг стабільних показників. Аналогічна ситуація у ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”: з депресивних значень ФЕП_{вн} у 2013-2015 роках підприємству вдалось відновити свої внутрішні резерви та напрямки зростання для того щоб досягнути у 2016-2017 роках стабільного рівня фінансово-економічного потенціалу.

Як наслідок бачимо, що у кожного підприємства спостерігаються свої особливості розвитку. Представимо результати фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку досліджуваних підприємств на рис. 3.4.

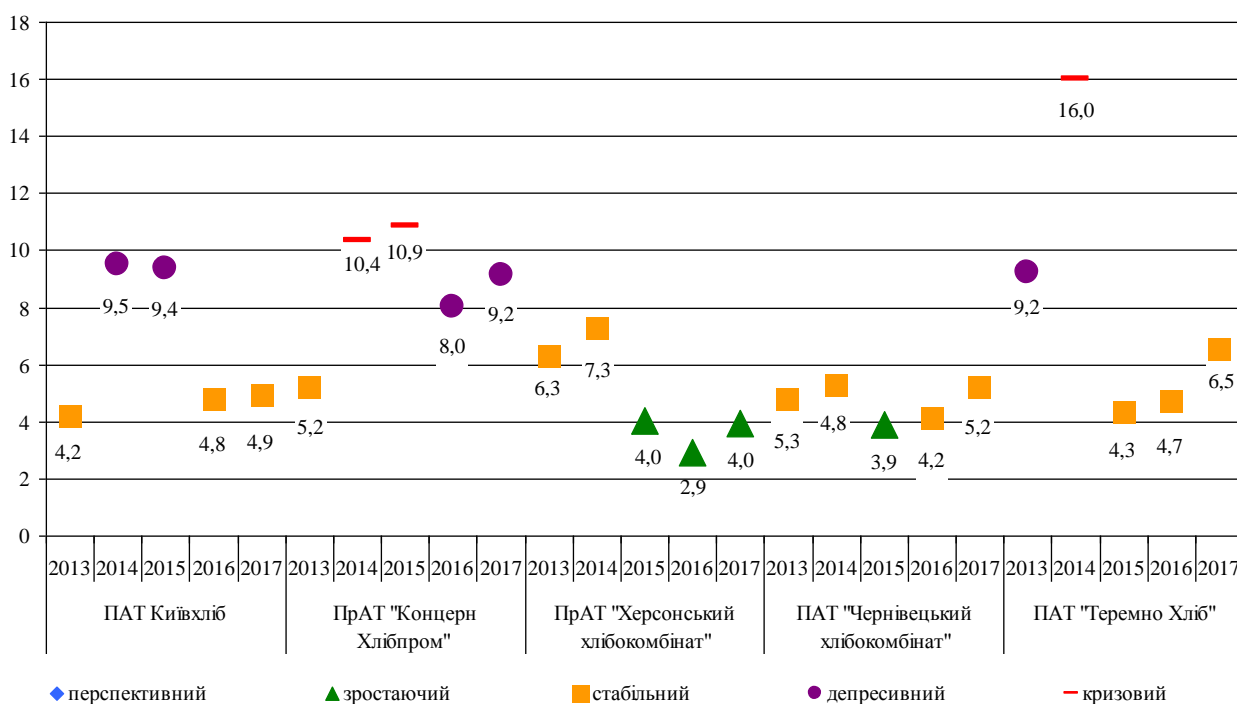


Рис. 3.4. Стан фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України залежно від внутрішніх факторів його розвитку за 2013-2017 роки

Джерело: розроблено автором за допомогою даних підприємств

Варто відмітити, що у всіх підприємств стан фінансово-економічного потенціалу погіршується у 2017 порівняно з 2016 роком. Це спричинене невисоким ростом економіки та нестабільністю валютного ринку. На

погіршення рівня потенціалу та показників фінансово-господарської діяльності підприємств також вплинула відміна державного регулювання цін на хлібопекарську продукцію з 1 липня 2017 року. У зв'язку з зростанням цін на хліб, споживчий попит на продукцію дещо зменшився.

Проведемо зворотній порівняльний аналіз фінансово-економічного потенціалу кожного з підприємств, що дозволить виявити фактори, що вплинули на значення показника та відобразимо результати а табл. 3.11.

Таблиця 3.11

Дослідження взаємозв'язку внутрішніх факторів розвитку підприємства на отриманого значення фінансово-економічного потенціалу підприємства

		ВП	МП	ІП	ФП	ФЕП _{вн}	Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	Чис. прац., чол.	Витрати на НА, тис. грн.
ПАТ „Київхліб”	2013	0,477	0,021	0,449	0,035	4,2	24922	4707	25843
	2014	0,466	0,048	4,090	3,604	9,5	-20548	4186	12018
	2015	0,379	0,144	1,943	4,350	9,4	-30241	4488	48468
	2016	0,111	0,083	1,521	0,754	4,8	19479	4199	5967
	2017	0,032	0,097	0,823	1,081	4,9	15268	2563	85012
ПрАТ „Концерн Хлібпром”	2013	0,472	0,027	0,299	0,897	5,2	1177	3562	8161
	2014	0,246	0,018	1,114	4,743	10,4	-148099	3339	18361
	2015	0,073	0,021	1,760	5,098	10,9	-89418	3153	13437
	2016	0,043	0,000	1,402	2,940	8,0	-799	3175	22076
	2017	0,023	0,004	1,267	3,844	9,2	-6322	3157	18232
ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	2013	0,503	0,093	1,789	1,749	6,3	-297	556	900
	2014	0,415	0,037	2,039	2,234	7,3	-828	556	1348
	2015	0,033	0,000	0,160	0,101	4,0	2591	533	7837
	2016	0,047	0,173	0,276	0,001	2,9	3656	516	4138
	2017	0,096	0,106	0,345	0,457	4,0	2103	521	8078
ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	2013	5,239	0,043	1,536	0,502	7,9	1354	535	0
	2014	7,692	0,032	1,790	0,794	9,9	601	531	0
	2015	8,801	0,000	0,000	0,042	9,4	4839	490	3853
	2016	0,081	0,015	0,090	0,254	4,1	4329	497	4695
	2017	0,864	0,018	0,958	0,855	5,6	1820	598	2263
ПАТ „Геремно Хліб”	2013	0,712	0,170	1,807	4,214	9,2	-1031	502	2734
	2014	0,603	0,102	23,029	5,458	16,0	-1356	545	3902
	2015	0,237	0,138	0,016	0,844	4,3	357	532	4588
	2016	0,096	0,016	1,542	0,445	4,7	1391	498	0
	2017	0,112	0,002	2,203	1,638	6,5	80	498	0

Джерело: розраховано автором

Враховуючи те, що чистий прибуток для підприємств виступає одним з найважливіших критеріїв оцінки результативності та ефективності їх діяльності, цікавим є дослідження впливу чистого прибутку на значення ФЕП_{вн}.

За результатами аналізу, найнижчий стан фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку (депресивний і кризовий) спостерігається в роках, в яких підприємство отримувало максимальні суми збитків.

Варто відмітити, що в цій моделі оцінювання показники різних років різних підприємств не являються співставними. Тому порівнюватимемо динаміку значень ФЕП_{вн} кожного окремого підприємства.

Зокрема, на ПАТ „Київхліб” у 2014 році при сумі чистого збитку -20,5 млн. грн. та у 2015 році при збитку -30,2 млн. грн. було досягнуто депресивного стану ФЕП_{вн} (9,5 та 9,4 відповідно). При чистому збитку ПрАТ „Концерн Хлібпром” в сумі 148,1 млн. грн. у 2014 році значення ФЕП_{вн} було кризовим (10,4), у 2015 році при збитку 89,4 млн. грн. – також (10,9). Коли сума чистого збитку ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” у 2014 році становила 828 тис. грн., підприємству вдалось зберегти стабільний стан фінансово-економічного потенціалу (значення 7,3). Така ж ситуація і у Чернівецького хлібокомбінату у 2014 році: при сумі чистого прибутку 601 тис. грн. стан ФЕП_{вн} був депресивним. У 2014 році стан ФЕП_{вн} ПАТ „Теремно Хліб” був критичним зі значенням 16,0 та чистим збитком 1356 тис. грн.

Аналогічна динаміка працює для найбільших значень, наприклад у 2016 році на ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” сума чистого прибутку склала 3656 тис. грн., а значення ФЕП_{вн} склало 2,9 – зростаючий стан фінансово-економічного потенціалу.

Оцінка фінансово-економічного потенціалу дозволяє визначити можливості для інвестування капіталу, що сприяє віддачі обмежених ресурсів, вкладених у виробництво продукції.

Вплив витрат на придбання необоротних активів, тобто інвестиційної активності підприємств на значення фінансово-економічного потенціалу

підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку прослідкувати важче. Прямої залежності в значенні інвестування та показника $ФЕП_{вн}$ немає. Однак спостерігається наступна тенденція: в наступний рік після депресивного чи кризового стану $ФЕП_{вн}$, сума інвестицій в необоротні активи підприємств зменшується. Наприклад, 2015-2016 роки ПАТ „Київхліб”. І навпаки, завдяки вкладенню коштів у оновлення технічного оснащення ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” у 2015 році, у 2016 році стабілізувався рівень фінансово-економічного потенціалу.

В умовах ринкової економіки кожне підприємство повинне збалансовано розвивати як внутрішній, так і зовнішній потенціали. Оцінити рівень розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства серед інших конкурентів дозволить модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин.

Модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин складається з наступних етапів:

1) за даними фінансової звітності розраховуються показники (p_{ijk}) відповідно до табл. 1 в розрізі звітних періодів та підприємств;

2) визначається оптимальне значення серед значень всіх підприємств кожного з показників в розрізі років (o_{ik}). Оптимальне значення для всіх показників, крім K_3 – максимальне. Для K_3 – мінімальне серед наявних. Для оптимізації підрахунків використаємо функцію „МАКС” і „МИН” у програмі MS Excel;

3) здійснюємо розрахунок коефіцієнтів a_{ijk} за формулою 1:

$$a_{ijk} = \frac{p_{ijk}}{o_{jk}}, \quad (3.5)$$

де i – порядковий номер аналізованого року;

j – порядковий номер кожного з підприємств;

k – вид показника, значення якого розраховується.

4) розраховуємо значення коефіцієнтів r_{ijk} за формулою 2:

$$r_{ijk} = (1 - a_{ijk})^2 \quad (3.6)$$

5) розраховуємо кожен з потенціалів – ВП, МП, ІП, ФП (Π_{ij}) за формулою 3:

$$\Pi_{ij} = \sum r_{ijk} \quad (3.7)$$

б) рівняння моделі оцінки коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин (ФЕП₃) розраховується за допомогою функції ЛИНЕЙН у програмі Microsoft Office Excel за рівнянням лінійної множинної регресії:

$$\text{ФЕП}_3 = 1,183 + 0,232 \cdot \text{ВП} + 0,102 \cdot \text{МП} + 0,193 \cdot \text{ІП} + 0,197 \cdot \text{ФП} \quad (3.8)$$

де ВП – виробничий потенціал;

МП – маркетинговий потенціал;

ІП – інвестиційний потенціал;

ФП – фінансовий потенціал.

Характеристики ФЕП_{вн} впорядковуються в порядку зменшення значень коефіцієнта. Розподіл значень результативного показника ФЕП₃ – фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин наведений в табл. 3.12.

Таблиця 3.12

Таблиця відповідності значень результативного показника ФЕП₃

ФЕП ₃ ≤ 1,5	1,5 < ФЕП ₃ ≤ 2,7	2,7 < ФЕП ₃ ≤ 4,0	4,0 < ФЕП ₃ ≤ 5,5	ФЕП ₃ > 5,5
лідерський	випереджаючий	стійкий	відстаючий	залежний

Джерело: складено автором

Вказані стани фінансово-економічного потенціалу підприємств залежно від його ринкових взаємовідносин свідчать про наступні результати діяльності:

- лідерський ФЕП₃ свідчить про те, що досягнуті результати діяльності підприємства протягом аналізованого періоду є найкращими серед досліджуваних підприємств. Завдяки успішному управлінню та врахуванню всіх внутрішніх та зовнішніх ризиків, підприємству вдалось досягнути високого рівня конкурентоспроможності;

- випереджаючий ФЕП₃ показує, що підприємство активно веде господарську діяльність, реалізує свою маркетингову політику таким чином, що може досягнути лідируючих позицій на ринку;

- стійкий ФЕП₃ свідчить про те, що незважаючи на дії конкурентів, підприємство реалізує свій фінансово-економічний потенціал, однак без можливості значного розширення своєї діяльності у зв'язку з реалізацією ринкових взаємовідносин між іншими суб'єктами;

- відстаючий ФЕП₃ реалізується тоді, коли дії конкурентів загрожують розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства, тому варто активізувати свою виробничу та фінансову діяльність;

- залежний ФЕП₃ свідчить про те, що в умовах загрози з боку конкурентів, підприємство продовжувало б втрачати свій фінансово-економічний потенціал, що загрожує скороченням виробничих потужностей.

У розробленій моделі оцінки коефіцієнта фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин коефіцієнт кореляції $r = 0,99$, що свідчить про тісний зв'язок між показником y і факторами. Оскільки параметр $a_0 = 1,183 > 0$ і $r = 0,99 > 0$, то між величинами потенціалів та ФЕП₃ існує прямий зв'язок.

Результати аналізу групуються у порядку зростання. Чим нижчим є результативне значення ФЕП₃, тим кращим є фінансово-економічний потенціал вказаного підприємства серед інших аналізованих підприємств.

Проведення аналізу за допомогою моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку не

дозволяє оцінити розвиток фінансово-економічного потенціалу відносно результатів, досягнутих іншими підприємствами на ринку. Тоді як модель фінансово-економічного потенціалу підприємств залежно від його ринкових взаємовідносин може допомогти виявити сильні та слабкі сторони кожного із досліджуваних підприємств в процесі порівняння результатів діяльності з потенційними конкурентами на ринку.

Проведемо аналіз коефіцієнтів фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин для хлібопекарських підприємств України, а саме: ПАТ „Київхліб”, ПрАТ „Концерн Хлібпром”, ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”, ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”, ПАТ „Теремно Хліб” у 2017 році відповідно до методики, наведеної в табл. 1 за етапами 1, 2 моделі в табл. 3.13.

Таблиця 3.13

Розрахунок фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств залежно від їх ринкових взаємовідносин у 2017 році

	Київхліб	Концерн Хлібпром	Херсонський хлібокомбінат	Чернівецький хлібокомбінат	Теремно Хліб	Оптимальне значення
1	2	3	4	5	6	7
Виробничий потенціал						
Коефіцієнт зносу основних фондів	0,481	0,313	0,512	0,457	0,487	0,313
Фондовіддача	3,788	0,656	1,839	1,691	1,458	3,788
Продуктивність праці	897,7	349,1	275,7	311,4	407,9	897,7
Рентабельність продукції за валовим прибутком	32,0	54,2	28,7	54,7	66,5	66,5
Маркетинговий потенціал						
Рентабельність продажу	24,2	35,2	22,3	35,4	40,0	40,0
Частка ринку	0,618	0,462	0,293	0,749	0,511	0,749
Інвестиційний потенціал						
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	0,019	0,000	0,647	0,443	0,000	0,647
Коефіцієнт інвестування	0,833	0,185	0,522	1,271	0,341	1,271

Продовження табл. 3.13

1	2	3	4	5	6	7
Коефіцієнт оновлення необоротних активів	0,424	0,036	0,333	0,071	0,000	0,424
Фінансовий потенціал						
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,078	1,179	0,825	1,136	0,457	1,179
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	5,366	6,683	8,758	4,832	8,867	8,867
Коефіцієнт автономії	0,216	0,132	0,293	0,389	0,221	0,389
Рентабельність діяльності підприємства	2,2	-0,9	5,3	1,8	0,1	5,3

Джерело: розраховано автором згідно даних підприємств

Чим кращі значення показників, тим ближчі вони до оптимального значення. Відхилення показників успішних підприємств від оптимального (формула 3.5) буде найменшим. Тому, як наслідок, чим меншим є отримане значення фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин, тим вищим є стан його фінансово-економічного потенціалу.

Найбільше оптимальних значень серед аналізованих хлібопекарських підприємств у 2017 році спостерігається у ПАТ „Теремно Хліб” та ПАТ „Київхліб”. Однак, однозначної тенденції переважання оптимальних значень лише до одного з підприємств немає, що свідчить про те, що у кожного з них є свої сильні та слабкі сторони.

Незважаючи на те, що досліджувані хлібопекарські підприємства знаходяться в різних областях України та наразі не змагаються за ринок збуту своєї основної продукції, завжди важливо проводити оцінку діяльності потенційних конкурентів. За умови успішної діяльності на локальному ринку, підприємство чи об'єднання підприємств можуть відкрити філії в інших областях, за умови, що витрачені фінансові ресурси і зусилля дозволять захопити ринок та забезпечити платоспроможність та належний стан фінансово-економічного потенціалу.

З метою визначення фінансово-економічного потенціалу підприємства

залежно від його ринкових взаємовідносин проведемо дослідження за наступними етапами 5, 6 моделі в табл. 3.14.

Таблиця 3.14

Визначення фінансово-економічного потенціалу підприємств
залежно від його ринкових взаємовідносин у 2017 році

	ПАТ „Київхліб”	ПрАТ „Концерн Хлібпром”	ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	ПАТ „Теремно Хліб”
Виробничий потенціал	0,559	1,091	1,474	0,978	0,987
Маркетинговий потенціал	0,186	0,162	0,565	0,013	0,101
Інвестиційний потенціал	1,060	2,569	0,394	0,794	2,534
Фінансовий потенціал	0,715	1,854	0,152	0,643	1,510
ФЕП ₃	3,104	2,407	2,391	1,497	2,358

Джерело: розраховано автором згідно даних підприємств

У 2017 році випереджаючий рівень фінансово-економічного потенціалу залежно від його ринкових взаємовідносин досягнуто Чернівецьким хлібокомбінатом (1,497), відстаюче значення ФЕП₃ спостерігається у ПАТ „Київхліб” (3,104) та ПрАТ „Концерн Хлібпром” (2,407).

Відобразимо в табл. 3.15 розрахункові значення фінансово-економічного потенціалу підприємств залежно від їх ринкових взаємовідносин.

Таблиця 3.15

Динаміка фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств
України залежно від їх ринкових взаємовідносин у 2013-2017 роках

Період	Підприємство	ВП	МП	ІП	ФП	ФЕП ₃
1	2	3	4	5	6	7
2013 рік	ПАТ „Київхліб”	0,272	0,112	0,429	0,195	1,415
	ПрАТ „Концерн Хлібпром”	0,972	0,275	2,354	2,458	2,294
	ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	1,366	0,584	2,062	2,462	2,443
	ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	1,442	0,031	1,000	0,744	1,830
	ПАТ „Теремно Хліб”	1,110	0,393	1,388	2,515	2,196

Продовження табл. 3.15

1	2	3	4	5	6	7
2014 рік	ПАТ „Київхліб”	0,703	0,090	4,265	6,761	3,095
	ПрАТ „Концерн Хлібпром”	0,878	0,174	2,523	7,736	2,972
	ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	2,488	0,385	8,070	6,433	4,273
	ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	5,368	0,000	1,000	0,178	2,635
	ПАТ „Теремно Хліб”	2,236	0,214	2,533	4,669	2,887
2015 рік	ПАТ „Київхліб”	0,321	0,214	1,848	2,726	2,065
	ПрАТ „Концерн Хлібпром”	0,684	0,265	2,826	5,793	2,758
	ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	0,857	0,380	0,684	0,274	1,704
	ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	3,703	0,000	0,346	0,271	2,148
	ПАТ „Теремно Хліб”	1,039	0,353	1,781	1,212	2,065
2016 рік	ПАТ „Київхліб”	1,698	0,147	1,719	0,981	2,096
	ПрАТ „Концерн Хлібпром”	1,096	0,165	2,497	2,158	2,268
	ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	2,435	0,632	0,331	0,137	2,071
	ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	0,467	0,005	0,079	0,690	1,421
	ПАТ „Теремно Хліб”	1,914	0,115	2,525	1,010	2,287
2017 рік	ПАТ „Київхліб”	0,559	0,186	1,060	0,715	1,694
	ПрАТ „Концерн Хлібпром”	1,091	0,162	2,569	1,854	2,239
	ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	1,474	0,565	0,394	0,152	1,842
	ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	0,978	0,013	0,794	0,643	1,666
	ПАТ „Теремно Хліб”	0,987	0,101	2,534	1,510	2,140

Джерело: розраховано автором згідно даних підприємств

Серед досліджуваних підприємств лідерський стан розвитку фінансово-економічного потенціалу спостерігається у 2017 році у Чернівецького хлібокомбінату. Вказані результати можуть дозволити забезпечити підприємству успіх у конкурентній боротьбі на ринку. На такий результат вплинуло високе значення власного капіталу підприємства (40697 тис. грн.) порівняно з оборотними активами (32013 тис. грн.), внаслідок чого коефіцієнт інвестування підприємства, що дозволяє оцінити рівень забезпеченості основних засобів підприємства власними джерелами фінансування, у 2017 році склав 1,271.

Відповідно до структури власного капіталу ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” [118] у 2017 році, 92,5% загальної суми складає нерозподілений прибуток. Внаслідок тезаврації прибутку відбулось зміцнення фінансового стану підприємства.

В умовах зростання відсоткових кредитних ставок фінансових установ, внутрішнє фінансування є одним з найкращих способів забезпечення фінансовими ресурсами, оскільки перерозподілений прибуток є найдешевшим джерелом фінансування, адже його залучення не потребує додаткових витрат на залучення капіталу (емісійних витрат, реєстраційних зборів тощо).

Однак, наслідком непроведення розподілу прибутку є втрата доходу власників простих акцій, оскільки прибуток спрямовується на капіталізацію.

Незважаючи на значні суми вільного капіталу, коефіцієнт оновлення необоротних активів ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” у 2017 році склав 0,071, тоді як у ПАТ „Київхліб” – 0,424. Спрямування тезаврованого прибутку Чернівецького хлібокомбінату на оновлення необоротних активів дасть можливість здійснити модернізацію застарілих основних засобів, призведе до підвищення якості продукції, а також зменшення її собівартості.

Проблемою Концерну Хлібпром є низький рівень інвестиційного потенціалу порівняно з іншими підприємствами-виробниками хліба. Так, у 2017 році коефіцієнт інвестування підприємства склало 0,185, що свідчить про недостатність покриття обсягу необоротних активів сумою власного капіталу. Також спостерігається низьке значення коефіцієнту оновлення необоротних активів, що склало 0,036. Тільки в ПАТ „Теремно Хліб” значення коефіцієнту оновлення необоротних активів у 2017 році було менше, тому інвестиційний потенціал підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин у 2017 році склав 2,534, що є негативним.

Враховуючи зазначене бачимо важливість розвитку інвестиційного потенціалу кожного з підприємств та його значний вплив на формування загального фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин.

Представимо ФЕП_з досліджуваних підприємств за 2013-2017 роки з розподілом на лідерський, випереджаючий, стійкий, відстаючий, залежний стани розвитку (рис. 3.5).

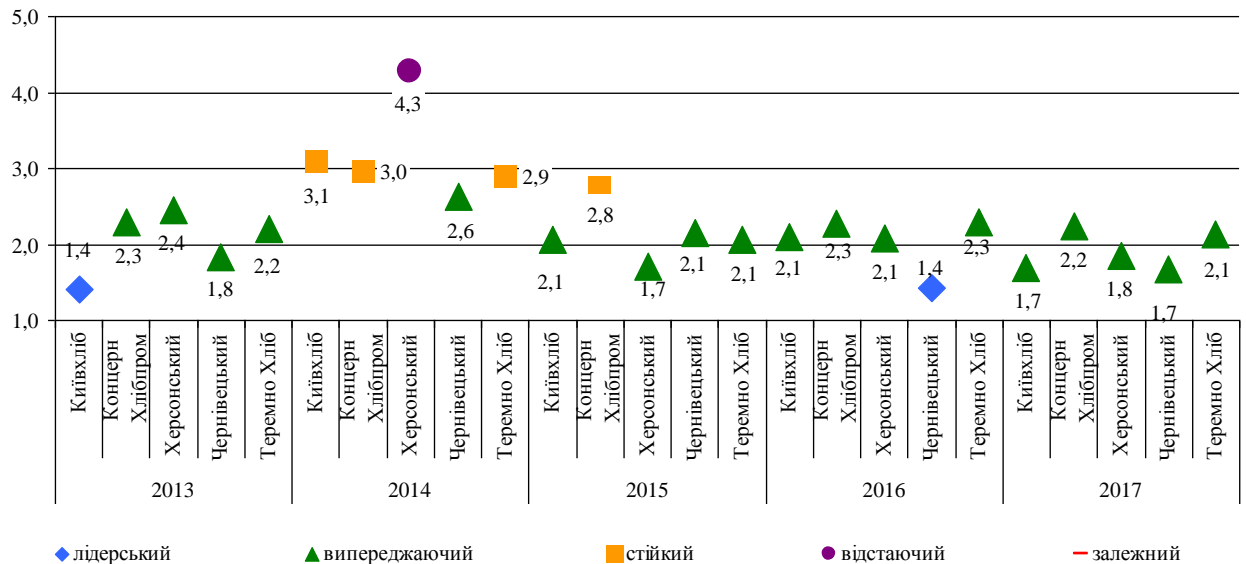


Рис. 3.5. Стан фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств залежно від їх ринкових взаємовідносин за 2013-2017 роки

Джерело: розроблено автором згідно даних підприємств

Найгірший, залежний стан фінансово-економічного потенціалу спостерігається у ПАТ „Херсонський хлібокомбінат” у 2014 році – 4,3. Найкращий – лідерський досягнуто ПАТ „Київхліб” у 2013 році (1,4) та ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” у 2016 році (1,4).

Протягом аналізованого періоду у більшості досліджуваних підприємств спостерігався випереджаючий стан розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин, що свідчить про їх активну фінансово-господарську діяльність, реалізацію ефективної маркетингової політики, що дозволить досягнути лідируючих позицій на ринку у майбутньому.

Отже, за результати проведеного аналізу за розробленими моделями дозволяють визначити переваги комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства:

- вихідні дані до розрахунків базуються на даних фінансової звітності, яка є стандартизованою та ведеться обов'язково кожним підприємством;
- для кожного підприємства визначаються виробничий, маркетинговий, інвестиційний, фінансовий потенціали, які характеризують кожен з напрямків фінансово-господарської діяльності підприємства;
- можливість порівняти вплив результатів фінансово-господарської діяльності підприємства на фінансово-економічний потенціал, а також визначення проблемних складових потенціалів з метою прийняття відповідних рішень;
- значення фінансово-економічного потенціалу не є сталим – воно може змінюватись залежно від зміни кількості заданих параметрів: від зменшення чи збільшення кількості років аналізу одного підприємства, чи від кількості порівнювальних підприємств;
- оцінка фінансово-економічного потенціалу залежно від діяльності конкурентів на ринку, що дозволяє здійснити порівняльний аналіз між аналізованими підприємствами та обрати напрям розвитку залежно від результатів конкурентів.

Недоліками розробленого комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства можна вважати відсутність в моделі якісних показників оцінки діяльності підприємства: організаційних (рівень організації менеджменту, кваліфікація персоналу, плинність кадрів), виробничо-технологічних показників (якість продукції, завантаженість виробничих потужностей, стан постачання сировини та матеріалів), маркетингових показників (стан задоволеності смаків споживачів, споживчий попит, організація точок збуту продукції) тощо.

Перспективами розвитку вказаного підходу може виступати врахування у процесі оцінки фінансово-економічного потенціалу впливу міжнародного розподілу праці на діяльність підприємств інших галузей промисловості, оскільки вказаний напрям наразі тільки зароджується, і не є надто актуальним для вітчизняних хлібопекарських підприємств.

3.3. Аналітичне моделювання фінансово-економічного потенціалу в системі стратегічного управління підприємством

З метою досягнення своїх цілей підприємства використовують різні бізнес-стратегії, однак всі вони зазвичай поділяються на чотири загальні стратегії управління.

Вибір стратегії розвитку фінансово-економічного потенціалу хлібопекарського підприємства залежить від цілей, які ставить перед собою керівництво компанії, асортименту виготовленої продукції, розміру підприємства та напрямків збуту готової продукції.

Розглянемо чотири основні стратегії розвитку фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств.

Стратегія лідерства за витратами. Використання вказаної стратегії підприємством передбачає встановлення нижчих цін на хліб та хлібопекарські продукти, ніж конкуренти. Враховуючи наявність значної кількості малих приватних пекарень на ринку, великі хлібопекарські підприємства мають змогу ефективно застосовувати вказану стратегію. Підприємства застосовуючи ефект масштабу можуть зменшити витрати на закупівлю сировини, збільшити продуктивність праці шляхом розподілу праці, а також шляхом виготовлення великого обсягу готової продукції протягом одного виробничого циклу. Вказані заходи дозволять забезпечити реалізацію продукції за конкурентоспроможною ціною.

Стратегія диференціації – це нецінова стратегія. Засобом залучення клієнтів виступає не найнижча ціна, а додавання додаткових пропозицій до існуючого товару. Для хлібопекарської промисловості таким засобом може бути підвищення якості окремих сортів хліба, додавання інгредієнтів та сумішей. Можна розробляти спеціальні рецепти хлібопекарських виробів, або виготовляти їх під замовлення. Також можна запровадити супутні послуги, такі як безкоштовна доставка продукції. Така стратегія розвитку є дієвішою для приватних пекарень, супермаркетів та інших виробників хліба під власною

торговою маркою, оскільки великим підприємствам важче змінювати асортимент готової продукції.

Стратегія фокусування на витрати передбачає зосередження уваги на вузькій ніші ринку. Дана стратегія теж використовується частіше міні-пекарнями. Виробник може виготовляти виключно хлібопекарські продукти, призначені конкретних свят. Також ефективною може виступати орієнтація на здорове харчування, використовуючи органічні або веганські продукти. Стратегія фокусування спрямована на те, щоб зробити компанію найбільш конкурентоспроможною в рамках своєї ніші. Ефективно працюючи в конкретній ніші потрібно стати в ній найдешевшим виробником, тоді як конкуренти будуть націлені на інші сорти хлібопекарських виробів.

Стратегія фокусування на диференціювання схожа на стратегію диференціації, але, як і стратегія фокусування на витрати, вона орієнтована на вузьку нішу на ринку. Підприємство повинне зосередитися на конкретному ринку, як і в стратегії фокусування на витрати. Замість того, щоб конкурувати з іншими виробниками у обраній ніші виключно у ціновому сегменті, необхідно додатково запропонувати інші послуги, що будуть вирізняти його серед конкурентів. Такими можуть бути служба доставки, якщо інші виробники не готові її запропонувати, або зосередження на швидкому обслуговуванні, щоб забезпечити репутацію найшвидшої органічної хлібопекарні.

Таким чином, будь-яка з обраних стратегій розвитку підприємства націлена на досягнення головної мети – підвищення фінансово-економічного потенціалу підприємства. Також використання стратегій зростання буде сприяти розширенню ринку, підвищенню конкурентоспроможності, економічної безпеки хлібопекарських підприємств, що в цілому призведе до підвищення ефективності їх діяльності й одержання прибутку.

На думку М.С. Лучкової [82], управління потенціалом як складової стратегічного управління підприємством має таку структуру: визначення поточного рівня використання потенціалу, оцінювання рівня використання потенціалу, прийняття та впровадження відповідних рішень з управління

потенціалом; контроль використання потенціалу підприємства.

При формуванні стратегії розвитку підприємства одним з найважливіших блоків являється прогнозування показників діяльності підприємства на майбутні періоди.

Фінансово-економічний потенціал підприємства є тим показником, який окреслює можливості підприємств до розвитку на базі наявних та потенційно залучених фінансових ресурсів.

Одним з завдань підвищення рівня фінансово-економічного потенціалу підприємства являється об'єктивна оцінка перспектив діяльності підприємства.

Розроблена модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів відображає характер впливу економічних показників, що формуються на ринку під впливом попиту і пропозиції, на діяльність конкретних підприємств.

В моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів використано як значення ринкових факторів, так і показники діяльності підприємств.

Модель може використовуватись як для оцінки теперішнього і минулого стану фінансово-економічного потенціалу, так і значення прогнозу на майбутні періоди.

Однак варто відмітити, що із збільшенням діапазону прогнозних періодів значення спрогнозувати все важче, оскільки зміна кон'юнктури ринку може відбуватись швидкими темпами, що впливатиме як на ціни, заробітні плати та курси валют, так і на досліджувані значення діяльності підприємств.

Враховуючи зазначене, розрахунок прогнозних показників фінансово-економічного потенціалу на 2018-2019 роки проводитиметься у два етапи. По перше, на основі прогнозів аналітиків, експертів, законодавчих документів оцінимо прогнозні значення ринкових факторів. По друге, здійснимо розрахунок показників досліджуваних хлібопекарських підприємств на основі їх діяльності у 2013-2017 роках.

Міністерством економічного розвитку і торгівлі України у березні

2018 року проведено опитування провідних фахівців у сфері макроаналізу та прогнозування. На підставі експертних оцінок опитуваних фахівців Міністерством розроблено консенсус-прогноз, яким визначено окремі значення основних загальноринкових факторів. Для оцінки обрано показники, що можуть вплинути на діяльність досліджуваних підприємств. Отже, за опитуваннями експертів, у 2019-2020 роках очікуються значення загальноринкових факторів, які наведені в табл. 3.16.

Таблиця 3.16

Динаміка значень припущення макроекономічного прогнозу
загальноринкових факторів у 2019-2021 роках

	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	Відхилення 2021 від 2018 року
Ціна на пшеницю, середньорічна зміна, у % до попереднього року	5,0	3,0	3,0	2,0	-3,0
Середньорічний обмінний курс, євро/дол. США	1,20	1,20	1,20	1,15	-0,1
Зміна тарифів на комунальні послуги (грудень до грудня), на базі яких розраховується індекс споживчих цін, %, зокрема:					0,0
природний газ	18	20	20	20	2,0
гаряча вода, опалення	20	10	11	20	0,0
електроенергія	20	22,5	15	12,5	-7,5
Мінімальна заробітна плата середньорічна, грн	3723	4600	5400	6200	2477,0
Врожай зернових, млн. тонн	62	65	62	64	2,0
Середньозважена середньорічна ставка за кредитами комерційних банків в національній валюті, %	17,8	16	15	14,5	-3,3

Джерело: розроблено автором на основі [29]

Для розрахунку коефіцієнта „Розрахункова середня собівартість продукції підприємства залежно від середньої ринкової ціни на хліб” досліджено, що у I півріччі 2018 року ціна на хліб складала в середньому 11653,2 грн. за тону [102]. Внаслідок дощової погоди влітку 2018 року, прогнозується зменшення врожайності зернових восени 2018 року, що

безумовно відобразиться на ціні борошна, і, як наслідок, хліба. Очікується, що у 2019 році середня вартість хліба складе близько 15 грн. за одиницю батону, тоді як ціна буханця найдешевшого хліба становитиме близько 9,5 грн. Також можливий варіант, що ціна на хліб буде зростати, доки не зрівняється з європейськими цінами.

За даними табл. 3.16, середня заробітна плата галузі виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів у 2016 році порівняно з 2015 роком зросла на 23,9%, в у 2017 році порівняно з 2017 роком – на 30,4%. Тоді як мінімальна заробітна плата, згідно з Законами України „Про Державний бюджет” на відповідний рік у 2016 році порівняно з 2015 роком зросла на 10,3%, у 2017 році порівняно з 2016 роком – на 100%. Так, у 2018 році мінімальна заробітна плата складає 3723 тис. грн., що на 16,3% більше, ніж у 2017 році. Враховуючи зазначене, та зростання середньорічної мінімальної заробітної плати, згідно з консенсус-прогнозом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України на 2019 рік [29], враховано в прогнозному значенні коефіцієнта співвідношення рівня оплати праці підприємства з ринковим на 2018-2019 роки.

Що стосується середніх цін виробників на борошно, то у I півріччі 2018 року вони склали в середньому 5047,1 грн. за тону [держкомстат]. Враховуючи те, що середньорічні ціни на пшеницю у 2019 році за прогнозованими даними [29] зростуть на 3%, приймемо вказану динаміку до зростання і на середні цін виробників на борошно у 2019 році для розрахунку прогнозних даних моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів на 2018-2019 роки.

Прогноз показників діяльності підприємства, що використовуються в розрахунковій моделі, з метою оцінки їх майбутньої динаміки розрахуємо за допомогою лінійної функції за методом аналітичного вирівнювання тренду (методом найменших квадратів). Принцип розрахунку прогнозних даних у вказаному методі базується на розвитку явищ в залежності від часу. Метою аналітичного вирівнювання динамічного ряду є визначення аналітичної

залежності між даними діяльності підприємства впродовж окремих періодів його діяльності. Розрахункове рівняння формується як залежність $Y_t = f(t)$:

$$Y = b + at, \quad (3.9)$$

де t – порядковий номер періоду;

b – початковий рівень ряду;

a – середньорічний абсолютний приріст.

Параметри лінійної залежності, сформовані в результаті аналізу, знаходяться за формулою 3.10.

$$\begin{cases} \sum Y = nb + a \sum t \\ \sum Yt = b \sum t + a \sum t^2 \end{cases} \quad (3.10)$$

Відобразимо результати розрахунку результативного показника, тобто фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів (ФЕП_{рф}) в табл. 3.17.

Таблиця 3.17

Розрахунок прогнозного значення фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України залежно від загальноринкових факторів у 2018-2019 роках

		Розрахункова середня собівартість продукції підприємства залежно від середньої ринкової ціни на хліб	Коефіцієнт співвідношення рівня оплати праці підприємства з ринковим	Залежність коефіцієнта оборотності запасів від середніх цін виробників на борошно	ФЕП _{рф}
		x_1	x_2	x_3	Y
1		2	3	4	5
ПАТ „Київхліб”	2018	9,0	1,424	1,289	24,4
	2019	9,6	1,455	1,191	23,5
ПрАТ „Концерн Хлібпром”	2018	7,3	1,326	2,014	26,9
	2019	7,8	1,099	2,251	20,8

Продовження табл. 3.17

1		2	3	4	5
ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	2018	8,9	0,656	1,882	7,8
	2019	9,4	0,523	1,801	3,4
ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	2018	7,4	0,794	2,181	14,9
	2019	7,8	0,718	2,263	12,2
ПАТ „Теремно Хліб”	2018	7,1	0,803	2,560	16,1
	2019	7,5	0,634	2,609	11,3

Джерело: розраховано автором

В результаті рівнянь для кожного із показників діяльності підприємства на підставі проведеного розрахунку, на підставі даних 2013-2017 років сформовано прогнозні значення на 2018-2019 роки. Вказані розраховані прогнозні показники діяльності кожного із аналізованих хлібопекарських підприємств використані для аналізу показників моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів.

Представимо отримані результати на рис. 3.6 з порівнянням з 2017 роком.

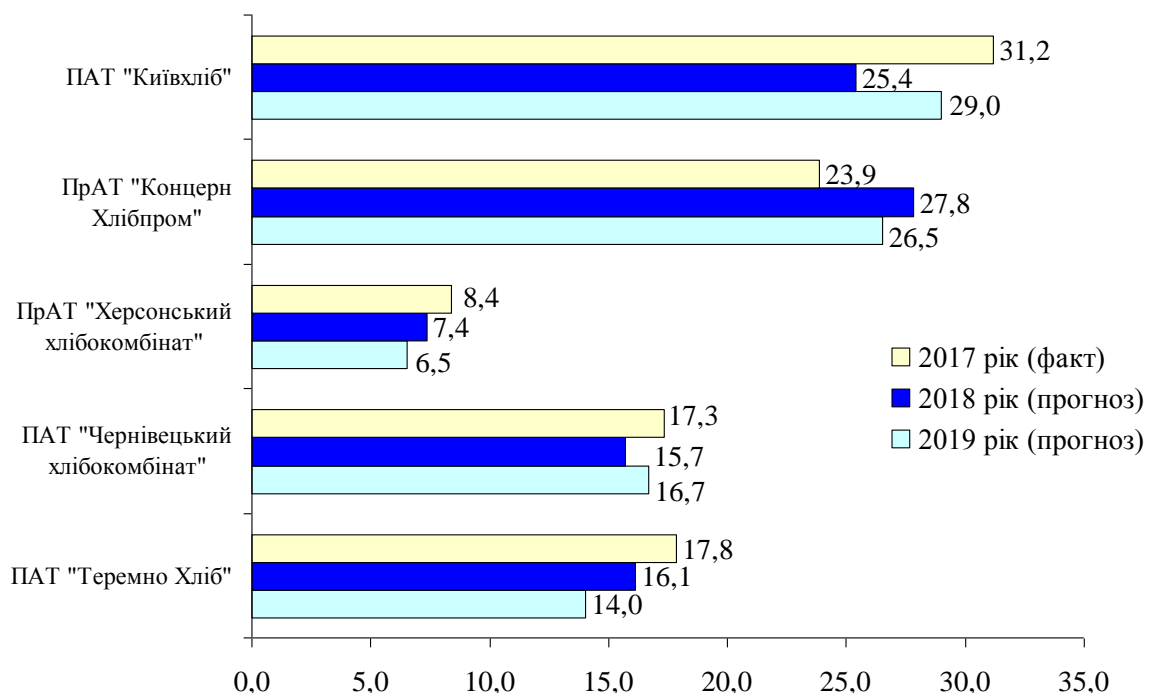


Рис. 3.6. Динаміка прогнозного значення фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України залежно від загальноринкових факторів у 2018-2019 роках

Джерело: розроблено автором згідно даних підприємств

Спостерігаємо, що ФЕП_{рф} у 2017 році у більшості досліджуваних підприємств був вищим, ніж прогнозні дані на 2018-2019 роки. За розрахунковими даними, фінансово-економічного потенціал зростає у ПрАТ „Концерн Хлібпром” з 23,9 у 2017 році до 27,8 у 2018 році. У підприємств ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” та ПАТ „Теремно Хліб” взаємозв’язок внутрішніх та зовнішніх факторів розвитку прогнозовано призведе до подальшого спаду фінансово-економічного потенціалу, тоді як підприємств холдингу „Хлібні інвестиції” – у ПАТ „Київхліб” та ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” прогнозується зростання ФЕП_{рф} у 2019 році порівняно з 2018 роком.

Проведемо дослідження, яким чином впливають ринкові показники на діяльність досліджуваних хлібопекарських підприємств та як можна досягти покращення фінансово-економічного потенціалу.

З цією метою оберемо окремі варіанти зміни значень фінансових показників підприємства та визначимо їх вплив на фактори моделі, що визначені за методом аналітичного вирівнювання у відповідному році та значення фінансово-економічного потенціалу залежно від загальноринкових факторів.

Оскільки в методиці розрахунку моделі використовуються визначені величини, які безпосередньо впливають на них, дослідимо можливу динаміку фінансово-економічного потенціалу підприємства за умови коригування внутрішніх факторів розвитку, зокрема: зміни прогнозної собівартості продукції підприємства, пропорційної динаміки доходів від реалізації продукції до зростання собівартості продукції, збереження кількості працюючих на підприємстві (оскільки розрахункова динаміка у більшості підприємств до скорочення), зростання фонду оплати праці, щорічне зростання доходів від реалізації продукції тощо.

Проведемо порівняння динаміки факторів та результативних показників моделі. Значення X_i , розраховане внаслідок зміни одного з внутрішніх факторів, що відображають показники діяльності підприємств, порівнюються зі

значенням X_i , розрахованим на базі показників, визначених за методом найменших квадратів, що відображені в табл. 3. Аналогічним чином досліджується зміна динаміки фінансово-економічного потенціалу (рис. 3.7).

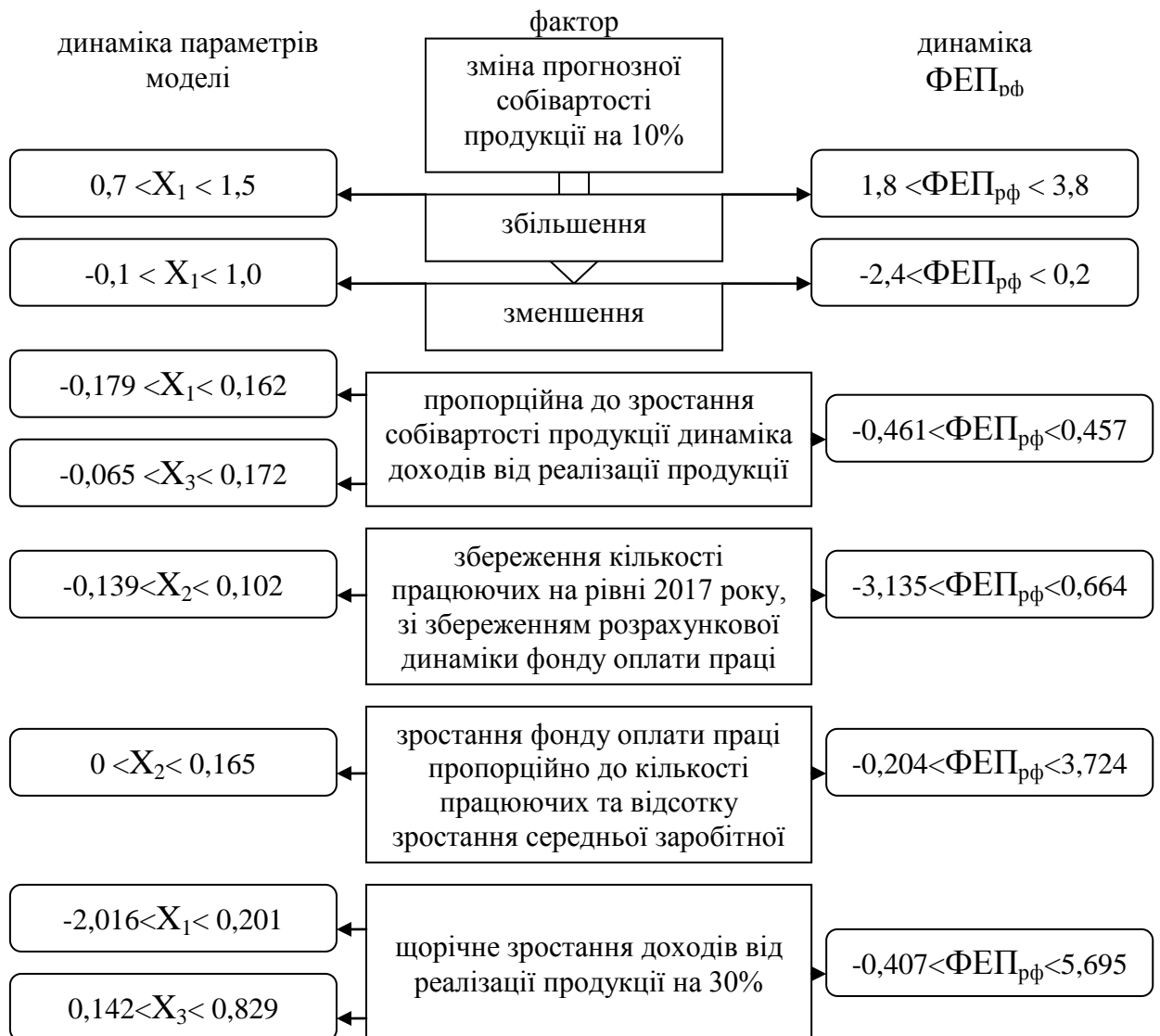


Рис. 3.7. Вплив зміни факторів на значення параметрів моделі та значення фінансово-економічного потенціалу залежно від загальноринкових факторів

Джерело: розроблено автором

Визначимо яким чином зміна факторів вплинула на прогнозну суму значення фінансово-економічного потенціалу в залежності від фактичного значення. З цією метою розрахуємо абсолютне відхилення між значенням показника 2017 року та розрахунковими прогнозними даними 2018-2019 років (табл. 3.18).

Оцінка можливостей зростання фінансово-економічного потенціалу
хлібопекарських підприємств України у 2018-2019 роках

Фактор	ПАТ „Київхліб”		ПрАТ „Концерн Хлібпром”		ПрАТ Херсонський хлібокомбінат		ПАТ Чернівецький хлібокомбінат		ПАТ „Теремно Хліб”	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Базове відхилення від значень, розрахованих за методом аналітичного вирівнювання	-6,8	-7,7	3,0	-3,1	-0,6	-5,0	-2,4	-5,2	-1,7	-6,5
Зміна прогнозованої собівартості продукції на 10%:										
зменшення	-4,5	-3,8	4,9	0,7	1,7	-2,6	-0,5	-3,2	0,1	-4,6
зростання	-9,1	-10,1	1,2	-2,9	-2,9	-7,4	-4,3	-7,2	-3,5	-8,4
збереження кількості працюючих на рівні 2017 року, зі збереженням розрахункової динаміки фонду оплати праці	-4,5	-10,8	1,4	-5,2	-1,1	-5,7	-3,6	-6,0	-1,7	-6,7
зростання фонду оплати праці пропорційно до кількості працюючих та відсотку зростання середньої заробітної плати галузі	-3,1	-4,7	2,8	-2,3	0,3	-3,3	-1,6	-2,7	0,7	-3,1
пропорційна до зростання собівартості продукції динаміка доходів від реалізації продукції	-6,3	-7,1	2,8	-3,5	-0,7	-5,2	-2,5	-5,4	-1,1	-6,0
щорічне зростання доходів від реалізації продукції на 30%	-5,8	-2,2	4,0	2,6	-1,0	-1,8	-1,7	-0,7	-1,7	-3,8

Джерело: розраховано автором

За результатами проведеного прогнозування фінансово-економічного потенціалу бачимо, що ринкові фактори і зростання цін неминуче впливають на погіршення спроможності підприємств. Так, у 2018-2019 роках спостерігається

прогнозне зменшення рівня фінансово-економічного потенціалу вітчизняних хлібопекарських підприємств.

Щодо можливих напрямків покращення стану розвитку фінансово-економічного потенціалу, для кожного підприємства можливий свій варіант розвитку та реагування на зміни зовнішнього середовища.

1. ПАТ „Київхліб”.

Згідно з наведеними вище даними, прогнозна середня заробітна плата харчової галузі промисловості зросте на 16,3% у 2018 році порівняно з 2018 роком та на 43,7% відповідно у 2019 році.

Прогнозна сума чисельності працівників ПАТ „Київхліб” у 2018 році складатиме на 7,1% більше, ніж у 2017 році, тоді як у 2019 році – на 10% менше, ніж у 2017 році.

Відповідно до вказаних даних, значення фактора X_1 зросло на 0,165 у 2018 році та на 0,134 у 2019 році порівняно до базового відхилення від значень, розрахованих за методом аналітичного вирівнювання.

Враховуючи зазначене, зростання фонду оплати праці ПАТ „Київхліб” пропорційно до кількості працюючих та відсотку зростання середньої заробітної плати галузі дозволить покращити стан фінансово-економічного потенціалу підприємства, в результаті чого $\text{ФЕП}_{\text{рф}}$ зменшиться на 3,1 у 2018 році та на 4,7 у 2019 році, тоді як розрахункові прогнозні дані свідчать про зменшення фінансово-економічного потенціалу залежно від загальноринкових факторів на 6,8 у 2018 році та на 7,7 у 2019 році.

2. ПрАТ „Концерн Хлібпром”.

Базове відхилення від значень $\text{ФЕП}_{\text{рф}}$, розрахованих за методом аналітичного вирівнювання у 2018 році складає зростання на 3,0, у 2019 році – зменшення на 3,1.

Покращення фінансово-економічного потенціалу ПрАТ „Концерн Хлібпром” можна досягти шляхом зменшення прогнозованої суми собівартості продукції, яка у 2018 році складе 797286,6 тис. грн., що на 11,6% більше 2017 року, а у 2019 році – 884668,4 тис. грн., що на 23,8% більше 2017 року.

Тоді як при зменшенні прогнозованої собівартості продукції на 10% значення фінансово-економічного потенціалу залежно від загальноринкових факторів зросте у 2018 році порівняно з 2017 роком на 4,9, а у 2019 році порівняно з 2017 роком – зросте на 0,7.

Також для ПрАТ „Концерн Хлібпром” є можливість збільшити прогнозний рівень фінансово-економічного потенціалу за умови щорічного зростання доходів від реалізації продукції на 30% у 2018-2019 роках. Таке значне зростання обсягу реалізації продукції можливе у разі запуску шокової лінії заморозки та збільшення долі експорту напівфабрикатів закордон за дорожчими цінами, ніж вітчизняні. По такому шляху розвитку пішли багато вітчизняних хлібопекарських підприємств, зокрема ТМ „Куліничі”, підприємства холдингу „Хлібні інвестиції”, ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” та інші.

3. ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”.

Покращення фінансово-економічного потенціалу ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” можна досягти шляхом зменшення прогнозованої суми собівартості продукції не менше, ніж на 10%, при чому фактор X_1 зросте порівняно до розрахункового значення на 0,886 у 2018 році та на 0,938 у 2019 році. Значення стану фінансово-економічного потенціалу підприємства зросло на 1,7 у 2018 році порівняно до базового відхилення від значень, розрахованих за методом аналітичного вирівнювання, а у 2019 році – зменшилось на 2,6.

Позитивно вплине на підвищення значення фінансово-економічного потенціалу підприємства зростання фонду оплати праці ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” пропорційно до кількості працюючих та відсотку зростання середньої заробітної плати галузі, в результаті чого ФЕП_{рф} зросте на 0,3 у 2018 році, а у 2019 році зменшиться на 3,3 порівняно до базового відхилення від значень, розрахованих за методом аналітичного вирівнювання.

4. ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”.

Розрахункові прогнозні дані свідчать про зменшення фінансово-

економічного потенціалу ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” залежно від загальноринкових факторів на 2,4 у 2018 році та на 7,7 у 2019 році порівняно фактичними даними 2017 року.

Покращення прогнозного значення фінансово-економічного потенціалу ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” можливе при зменшенні прогнозованої суми собівартості продукції не менше, ніж на 10%, що дасть змогу зменшити значення ФЕП_{рф} на значення менше, ніж розрахунковий базовий рівень, а саме: у 2018 році на 0,5, у 2019 році – на 3,2 порівняно до базового відхилення від значень, розрахованих за методом аналітичного вирівнювання.

5. ПАТ „Теремно Хліб”.

Чисельність працюючих працівників на ПАТ „Теремно Хліб” у 2016 році зменшилась до 498 осіб, або на 6,4% порівняно до 2015 року. У 2017 році кількість працівників підприємства збереглась на рівні 498 осіб. За прогнозними розрахунками, чисельність працівників підприємства у 2019 році зросте на 1% порівняно з 2016-2018 роками і складе 493 працівника.

У разі зростання фонду оплати праці ПАТ „Теремно Хліб” пропорційно до кількості працюючих та відсотку зростання середньої заробітної плати галузі, ФЕП_{рф} зросте на 0,7 у 2018 році, а у 2019 році зменшиться на 3,3 порівняно до базового відхилення від значень, розрахованих за методом аналітичного вирівнювання.

Отже, на основі запропонованої моделі фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України залежно від загальноринкових факторів можна провести оцінку не тільки поточного рівня фінансово-економічного потенціалу, а й спрогнозувати значення на майбутні роки та визначити можливості для розвитку досліджуваних підприємств.

Для прогнозування фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України залежно від внутрішніх факторів його розвитку використаємо адаптивний метод прогнозу – модель Хольта-Уінтерса, що використовує метод експоненційного згладження. Модель дозволить отримати більш точні результати прогнозування, ніж стандартні емпіричні методи.

“При розрахунку прогнозу в методі Хольта-Уінтерса передбачається, що згладжене значення в останній точці є опорним, а мікротренд відносно неї збереже своє значення і в майбутньому. Використовується лінійна функція прогнозу” [32, 48]:

$$\hat{Y}_{n+j} = E_n + j \cdot T_n, \quad (3.1)$$

де j – номер періоду в майбутньому, на який розраховується прогноз;

\hat{Y}_{n+j} – прогнозне значення досліджуваного показника;

E_n, T_n – згладжені значення ряду і тренд в останньому досліджуваному періоді n .

“Розрахунок коефіцієнтів моделі проводиться за наступними формулами:

$$E_i = U \cdot (E_{i-1} + T_{i-1}) + (1 - U) \cdot Y_i; \quad (3.2)$$

$$T_i = V \cdot T_{i-1} + (1 - V) \cdot (E_i - E_{i-1}), \quad (3.3)$$

де E_i, T_i – згладжені значення ряду і тренд, що розраховуються по всіх точках ряду;

Y_i – фактичне значення досліджуваного показника;

U і V – константи згладжування, що відносяться до оцінок рівня і тренда відповідно” [32, 48].

“Значення U і V зазвичай знаходяться в інтервалі $[0.25 < U, V < 0.5]$. При більш високих значеннях U більшою мірою враховуються минулі значення ряду і тенденція розвитку процесу, ніж миттєві; аналогічно більш високі значення V переоцінюють минуле рух процесу в порівнянні з сучасним” [32, 48].

“У першій точці ряду розрахунок значень E_1 і T_1 не здійснюється. У другій точці ряду приймається, що згладжене значення E_2 дорівнює значенню

фактичного показника в другому досліджуваному році (Y_2), а мікротренд за цей період вважається лінійним і розраховується як різниця між поточним і минулим значеннями” [32, 48]:

$$T_2 = Y_2 - Y_1 \quad (3.4)$$

Починаючи з третьої точки користуються зазначеними вище формулами (3.2, 3.3): спочатку розраховуються згладжені значення E_3 і мікротренд для попередньої точки ряду, а потім розраховується наступний мікротренд на базі попереднього значення і різниці між минулим згладженим значенням. В подальшому механізм розрахунку повторюється на всіх наступних точках тимчасового ряду.

Побудова основної тенденції розвитку (тренда) дозволяє враховувати висхідну або низхідну динаміку досліджуваного явища. Експоненціальне згладжування враховує внутрішні спади і підйоми в ряді динаміки.

Таким чином, застосування даного методу має досить велику сферу використання. Метод Хольта-Уінтерса можна використовувати при виявленні великих спадів і підйомів завчасно (при застосуванні тактичного планування), а найкраще – для розробки короткострокових прогнозів. Враховуючи зазначене, оцінимо значення фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України залежно від внутрішніх факторів його розвитку на 2018-2019 роки.

Врахування в процесі розрахунку за допомогою досліджуваного методу констант згладжування дозволяє розрахувати три варіанти розвитку фінансово-економічного потенціалу:

- оптимістичний (О): $U=0,3$, $V=0,3$;
- песимістичний (П): $U=0,2$, $V=0,5$;
- стабільний (С): $U=0,5$, $V=0,2$.

За допомогою методу Хольта-Уінтерса визначимо прогнозні значення виробничого, маркетингового, інвестиційного та фінансового потенціалів, а за

розробленою формулою моделі оцінимо $\text{ФЕП}_{\text{ВН}}$ на 2018-2019 роки (табл. 3.19).

Таблиця 3.19

Оцінка прогнозного значення фінансово-економічного потенціалу залежно від внутрішніх факторів його розвитку у 2018-2019 роках

	2017 рік (факт)	2018 рік (прогноз)			2019 рік (прогноз)		
		О	П	С	О	П	С
ПАТ „Київхліб”	4,901	3,032	5,485	5,684	0,913	4,661	3,036
ПрАТ „Концерн Хлібпром”	9,161	8,481	9,439	9,314	7,682	9,545	7,959
ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	4,901	2,695	4,704	3,814	2,139	4,481	3,230
ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	5,194	5,097	5,408	4,710	5,432	5,705	4,781
ПАТ „Теремно Хліб”	6,538	3,751	4,893	1,995	2,352	3,877	-1,717

Джерело: розраховано автором згідно даних підприємств

Представимо прогнозні показники $\text{ФЕП}_{\text{ВН}}$ на 2018-2019 роки з поділом на оптимістичний, песимістичний та стабільний види на рис. 3.8.

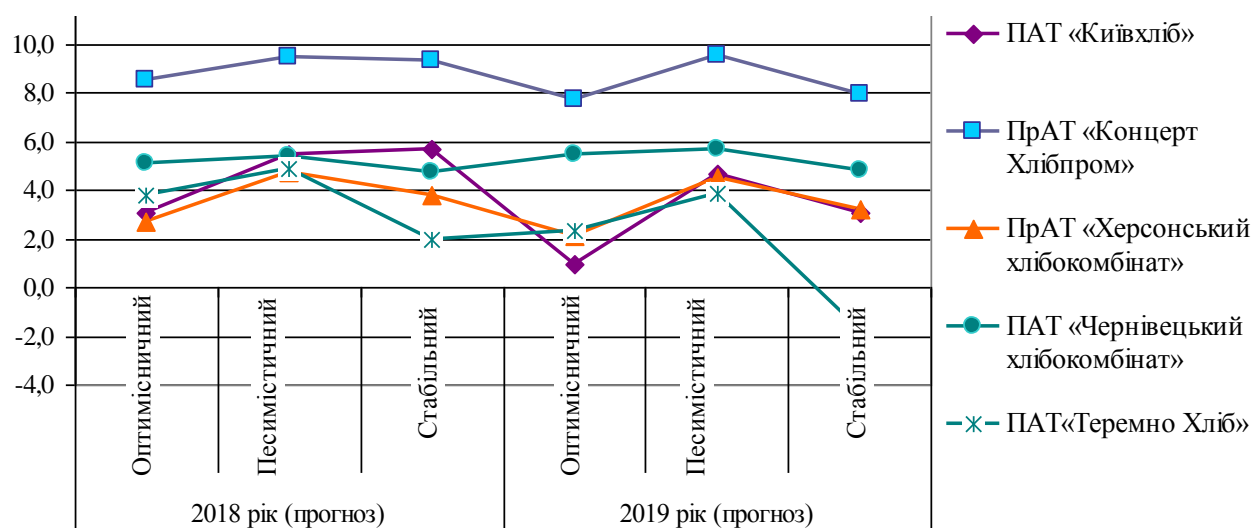


Рис. 3.8. Динаміка прогнозного значення $\text{ФЕП}_{\text{ВН}}$ хлібопекарських підприємств України за видами у 2018-2019 роках

Джерело: побудовано автором

Враховуючи те, що перспективний рівень досягається при $0 < \text{ФЕП}_{\text{вн}} \leq 1$, бачимо, що прогнозні значення ПАТ „Київхліб” на 2019 рік (0,913) та ПАТ „Теремно Хліб” на 2019 рік (-1,717) свідчать про можливість досягнення перспективного $\text{ФЕП}_{\text{вн}}$.

Кризових значень фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України залежно від внутрішніх факторів його розвитку у 2018-2019 роках не прогнозується, що є позитивним.

За оптимістичним прогнозом на 2018 рік, значення фінансово-економічного потенціалу досліджуваних підприємств покращиться, а саме: ПАТ „Київхліб” на 38,1%, ПрАТ „Концерн Хлібпром” на 7,4%, ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” на 45,0%, ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” на 1,9%, ПАТ „Теремно Хліб” на 42,6%. У 2019 році – аналогічно, тільки показник ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” зросте до 5,432, що на 4,6% більше, ніж фактичне значення у 2017 році, що є негативним.

При песимістичному прогнозі у 2018 році погіршиться значення $\text{ФЕП}_{\text{вн}}$ порівняно з показником 2017 року в підприємств ПАТ „Київхліб” (на 11,9%), ПрАТ „Концерн Хлібпром” (на 3,0%), ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” (на 4,1%). Покращиться фінансово-економічний потенціал підприємств ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” (на 4,0%) та ПАТ „Теремно Хліб” (на 25%).

Позитивним є те, що при будь-яких видах прогнозів фінансово-економічний потенціал підприємств ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” та ПАТ „Теремно Хліб” залежно від внутрішніх факторів їх розвитку у 2018-2019 роках зростає.

Другою моделлю, що входить до складу комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства є модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин (ФЕП_3).

За допомогою методу Хольта-Уінтерса визначимо прогнозні значення виробничого, маркетингового, інвестиційного та фінансового потенціалів, а за

розробленою формулою моделі оцінимо ФЕП₃ хлібопекарських підприємств України на 2018-2019 роки (табл. 3.20).

Таблиця 3.20

Оцінка прогнозного значення фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України залежно від його ринкових взаємовідносин у 2018-2019 роках

	2017 рік (факт)	2018 рік (прогноз)			2019 рік (прогноз)		
		О	П	С	О	П	С
ПАТ „Київхліб”	1,694	1,388	1,691	1,641	0,920	1,534	0,992
ПрАТ „Концерн Хлібпром”	2,239	1,975	2,134	2,105	1,687	1,998	1,733
ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	1,842	1,250	1,642	1,200	0,723	1,406	0,313
ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	1,666	1,268	1,487	1,311	0,966	1,351	0,851
ПАТ „Теремно Хліб”	2,140	1,989	2,120	2,007	1,820	2,059	1,727

Джерело: розраховано автором

Відповідно до оптимістичного прогнозу, значення фінансово-економічного потенціалу залежно від його ринкових взаємовідносин ПАТ „Київхліб” покращиться і з випереджаючого стану у 2017 році (1,694), підприємство досягне лідерського стану у 2018 році (1,388) та у 2019 році (0,920). За песимістичного прогнозу, ФЕП₃ залишиться у 2018-2019 роках випереджаючим. Підприємству слід застосовувати дієві механізми боротьби за своїх споживачів, оскільки в Київській області конкуренція в хлібопекарській галузі досить потужна. Частка офіційного ринку ПАТ „Київхліб” продовжує скорочуватись з 88% у 2013 році до 62% у 2017 році, до того ж зростає кількість малих пекарень, які теж займають частину „тіньового” сегменту ринку.

ПрАТ „Концерн Хлібпром” за оптимістичного та песимістичного прогнозу фінансово-економічний потенціал залишиться на випереджаючому рівні у 2018-2019 роках. Оскільки до складу концерну входять 6 переробних підприємств Львівської та Вінницької областей, ризики і загрози діляться на кожного зі складових підприємств об’єднання. Концерн Хлібпром містить у складі також борошномельний комплекс, використання якого дозволяє зменшити собівартість готової продукції. Разом з тим, важче забезпечувати ефективне управління кожною ланкою виробництва та забезпечувати його модернізацію.

Випереджаючий стан фінансово-економічний потенціалу ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” за оптимістичного та стабільного прогнозу у 2018 та 2019 роках зміниться на лідерський завдяки активній інвестиційній діяльності та брендування та підвищення впізнаваності власної продукції на ринку для споживачів.

За всіма видами прогнозів, значення ФЕП₃ Чернівецького хлібокомбінату покращиться і з випереджаючого стану у 2017 році (1,666), підприємство досягне лідерського стану за результатами показників діяльності у 2018-2019 роках серед досліджуваних підприємств. Однак, підприємству варто пам’ятати, що достатня фінансова стійкість важлива, однак необхідно не забувати про оновлення технологічного складу необоротних активів, а також активно використовувати маркетингові засоби з метою збільшення частки реалізованої готової продукції на ринку.

ПАТ „Теремно Хліб” не забезпечував інвестування у оновлення нематеріальних активів виробництва з 2016 року, тому значення його прогнозного фінансово-економічного потенціалу залежно від його ринкових взаємовідносин у 2018-2019 роках залишиться випереджаючим.

Отже, проведемо оцінку та прогнозування фінансово-економічного потенціалу за кожною з розроблених моделей в рамках комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу досліджуваних хлібопекарських підприємств.

Для того, щоб розроблені моделі були порівняними, замінимо досягнуті показники фінансово-економічного потенціалу умовними значеннями:

– модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку (ФЕП_{вн}): „1” – перспективний (ФЕП_{вн}≤1), „2” – зростаючий (1<ФЕП_{вн}≤4), „3” – стабільний (4<ФЕП_{вн}≤7), „4” – депресивний (7<ФЕП_{вн}≤10), „5” – кризовий (ФЕП_{вн}>10);

– модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин (ФЕП_з): „1” – лідерський (ФЕП_з≤1,5), „2” – випереджаючий (1,5<ФЕП_з ≤2,7), „3” – стійкий (2,7<ФЕП_з≤4,0), „4” – відстаючий (4,0< ФЕП_з ≤5,5), „5” – залежний (ФЕП_з >5,5);

– модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів (ФЕП_{рф}): „1” – ФЕП_{рф}>29, „2” – 20<ФЕП_{рф}<29, „3” – 16< ФЕП_{рф}<20, „4” – 10< ФЕП_{рф}<16, „5” – ФЕП_{рф}≤10.

Представимо отримані результати у табл. 3.21.

Таблиця 3.21

Порівняльний аналіз досягнутих значень фінансово-економічного потенціалу за моделями розробленого комплексного підходу

		2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Середнє	Сер. ФЕП
ПАТ „Київхліб”	ФЕП _{вн}	3	4	4	3	3	3,4	2,5
	ФЕП _з	2	3	2	2	3	2,4	
	ФЕП _{рф}	1	1	2	2	2	1,6	
ПрАТ „Концерн Хлібпром”	ФЕП _{вн}	3	5	5	4	4	4,2	3,1
	ФЕП _з	2	5	3	2	2	2,8	
	ФЕП _{рф}	2	2	2	2	3	2,2	
ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	ФЕП _{вн}	3	3	2	2	2	2,4	3,1
	ФЕП _з	2	4	3	3	2	2,8	
	ФЕП _{рф}	3	3	5	5	5	4,2	
ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”	ФЕП _{вн}	3	3	2	3	3	2,8	2,7
	ФЕП _з	2	2	3	2	1	2,0	
	ФЕП _{рф}	2	2	3	4	5	3,2	
ПАТ „Теремно Хліб”	ФЕП _{вн}	4	5	3	3	3	3,6	3,1
	ФЕП _з	2	2	2	2	2	2,0	
	ФЕП _{рф}	2	2	4	5	5	3,6	

Джерело: розраховано автором

Отже, проведемо дослідження переваг та недоліків діяльності досліджуваних хлібопекарських підприємств, а також визначення стратегічних пріоритетів розвитку фінансово-економічного потенціалу (табл. 3.22).

Таблиця 3.22

Стратегічні пріоритети розвитку фінансово-економічного потенціалу
хлібопекарських підприємств України

Назва підприємства	Переваги	Недоліки	Стратегічні пріоритети подальшого розвитку ФЕП
1	2	3	4
ПАТ „Київхліб”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Експорт продукції тривалого зберігання 2. Висока інвестиційна активність 3. Налагоджена власними силами система доставки продукції 4. Зростання суми отриманого прибутку у 2016 році до 19,5 млн. грн., тоді як у 2015 році сума збитку складала 30,2 млн. грн. 5. Високий коефіцієнт співвідношення рівня оплати праці підприємства з ринковим 	<p>Скорочення чисельності працівників у 2017 році порівняно з 2016 роком на 61%. Тоді як фонд заробітної плати зменшився лише на 4,7%.</p>	<p>Подальша активна наступальна стратегія, розширення ринку збуту</p>
ПрАТ „Концерн Хлібпром”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Об’єднання підприємств містить в складі борошномельний комплекс, цехи напівфабрикатів, кондитерських виробів, хлібозаводи тощо 2. Збільшення в обсязі виробництва запакованої продукції, що дозволяє підвищити термін зберігання продукції 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низька інвестиційна активність 2. Закриття окремих виробничих філій 3. Негативні значення одного дочірнього підприємства впливають позитивні зрушення іншого 4. Збитковість 	<p>Підвищення інвестиційної активності, запуск ліній шокової заморозки, збільшення експорту закордон, оптимізація структури дочірніх підприємств. Робота над забезпеченням виходом зі збитковості діяльності</p>
ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Модернізація виробничих ліній 2. Виробництво та експорт напівфабрикатів закордон 3. Впровадження системи управління безпечністю харчових продуктів 4. Використання внутрішніх резервів та мотивів для розвитку компанії 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Труднощі в боротьбі із зовнішніми ризиками, що відображаються у негативних значеннях окремих ФЕП 	<p>Впровадження системи ризик-менеджменту для боротьби з зовнішніми ризиками</p>

Продовження табл. 3.22

1	2	3	4
ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат“	1. Висока частка ринкова частка на регіональному ринку від обсягу реалізованого хліба та виробів хлібобулочних області (74,9% у 2017 році) 2. Високий рівень фінансової стійкості, досягнутий за рахунок тезаврації прибутку	Низька активність інвестування у оновлення нематеріальних активів протягом 2016-2017 років	Спрямування частини збереженого нерозподіленого прибутку на оновлення основних засобів
ПАТ „Теремно Хліб“	1. Інвестування у розширення виробничих площ, будівництво додаткового цеху та встановлення холодильних установок 2. Збереження існуючої кількості працівників у 2017 році порівняно з 2016 роком	Нестабільна прибутковість діяльності (у 2017 році сума чистого прибутку скоротилась на 94,2% порівняно зі значенням 2016 року)	Зростання експорту заморожених напівфабрикатів дозволить забезпечити стійку платоспроможність підприємства

Джерело: складено автором

За результатами проведеного аналізу бачимо, що окремий вплив зовнішніх та внутрішніх факторів відчувається при проведенні оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємств.

За загальним значенням комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу, визначеним шляхом знаходження середнього арифметичного серед значень ФЕП_{вн}, ФЕП_з, ФЕП_{рф} кожного з досліджуваних підприємств у 2013-2017 роках, бачимо, що найкраще значення фінансово-економічного потенціалу досягнуто одним і з лідерів українського ринку – ПАТ „Київхліб“, що утримує провідні позиції у галузі вітчизняного хлібопечення.

Провідне місце у розвитку фінансово-економічного потенціалу отримав також лідер локального регіонального ринку ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат“, який відноситься до складу холдингу „Хлібні інвестиції“.

Наведені пропозиції щодо удосконалення фінансово-господарської діяльності вітчизняних підприємств, їх тактичних та стратегічних рішень дозволять наростити рівень їх фінансово-економічного потенціалу та зміцнити економіку нашої держави.

Висновки до розділу 3

1. На базі розроблених конкурентних характеристик хлібопекарських підприємств України визначено, що ПАТ „Київхліб” та ПрАТ „Концерн Хлібпром” відносяться до лідерів українського ринку, тоді як ПАТ „Теремно Хліб”, ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” та ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат” – лідери місцевого ринку. Проведено дослідження конкурентної поведінки, стратегії, рівень інвестиційної активності кожного з підприємств.

2. Розроблено методику комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства, що базується на чотирьох видах субпотенціалів: виробничому, маркетинговому, інвестиційному, фінансовому. За розробленим алгоритмом комплексного підходу, увага у дослідженні направлена на реалізацію як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, що визначають напрям та можливості розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства.

В моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку результативний показник залежно від досягнутих значень може знаходитись в наступних станах: перспективний, зростаючий, стабільний, депресивний, кризовий. Перспективного стану розвитку фінансово-економічного потенціалу у 2013-2017 роках досліджуваними підприємствами не досягнуто. За результатами оцінювання найвищий стан фінансово-економічного потенціалу – зростаючий досягнуто ПрАТ „Херсонський хлібокомбінат” у 2016 році (2,9). Незважаючи на те, що у 2017 році значення погіршилось до 4,0, потенціал залишається на рівні „зростаючого” та свідчить про те, що керівництво підприємства ефективно використовує внутрішні мотиви до зростання та розвитку компанії.

Оцінити рівень розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства серед інших конкурентів дозволяє модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від його ринкових взаємовідносин, яка розподіляється на наступні стани розвитку: лідерський,

випереджаючий, стійкий, відстаючий, залежний. Серед досліджених підприємств галузі лідерський стан розвитку фінансово-економічного потенціалу спостерігається у ПАТ „Київхліб” у 2013 році (1,4) – внаслідок високої інвестиційної активності, та у 2016 році у Чернівецького хлібокомбінату (1,4), на формування якого вплинуло зміцнення фінансового стану підприємства шляхом тезаврації прибутку. Найгірший, відстаючий стан фінансово-економічного потенціалу спостерігається у 2014 році у ПАТ „Херсонський хлібокомбінат” (4,3) та пояснюється труднощами у боротьбі із зовнішніми ризиками.

3. Для кожної з розроблених моделей проведено прогнозування показників фінансово-економічного потенціалу.

Механізмом прогнозування фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від загальноринкових факторів стало використання припущення макроекономічного прогнозу загальноринкових факторів, здійсненого Міністерством економічного розвитку і торгівлі України та прогнозування показників діяльності підприємства, що використовуються в розрахунковій моделі, за допомогою лінійної функції за методом аналітичного вирівнювання тренду (методом найменших квадратів). В результаті зростання складових витрат, для більшості досліджуваних підприємств у 2018-2019 роках $ФЕП_{рф}$ зменшувався. Обчислено можливості зростання фінансово-економічного потенціалу внаслідок впливу зміни факторів на значення параметрів моделі. Встановлено, що найбільш оптимальними варіантами розвитку внутрішніх факторів хлібпекарських підприємств з метою покращення $ФЕП$ залежно від загальноринкових факторів у 2018-2019 роках є наступні: для покращення $ФЕП_з$ із залежного стану – щорічне зростання доходів від реалізації продукції в наступних періодах на 30%; для покращення $ФЕП_з$ із відстаючого стану – зростання фонду оплати праці пропорційно до кількості працюючих та відсотку зростання середньої заробітної плати галузі; для покращення $ФЕП_з$ зі стійкого стану – зменшення прогнозної суми собівартості продукції не менше, ніж на 10%. Тоді як для досягнення лідерського $ФЕП_з$ вітчизняним підприємствам

хлібопекарської галузі харчової промисловості недостатньо розвитку внутрішніх резервів, а необхідно мобілізувати всі ресурси для виходу на міжнародні ринки збуту.

Прогнозування за моделями оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від внутрішніх факторів його розвитку та залежно від його ринкових взаємовідносин використано адаптивний метод прогнозу – модель Хольта-Уінтерса, що використовує метод експоненційного згладження. Для прогнозних періодів розраховано три варіанти розвитку фінансово-економічного потенціалу: оптимістичний, песимістичний та стабільний. Встановлено, що кризових значень фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств України залежно від внутрішніх факторів його розвитку у 2018-2019 роках не прогнозується. За загальним усередненим значенням комплексного підходу до оцінки фінансово-економічного потенціалу, найкраще значення фінансово-економічного потенціалу у 2013-2017 роках досягнуто ПАТ „Київхліб”.

4. За результатами комплексного аналізу стратегій, що можуть бути використані для розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства, розроблено стратегію досягнення перспективного рівня фінансово-економічного потенціалу підприємства. Визначено основні напрямки розвитку стратегії формування фінансово-економічного потенціалу підприємства за допомогою методу „Дерево цілей”, що включає розроблені цілі з боку розвитку кожного з досліджуваних субпотенціалів: виробничого, маркетингового, інвестиційного та фінансового. Запропоновано заходи, що можуть сприяти розвитку цілей кожного з субпотенціалів в цілому для будь-яких підприємств України.

Запропоновано стратегічні пріоритети подальшого розвитку фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств, а саме: для підприємств з лідерською ринковою позицією, стабільним і вище ФЕП_{вн}, випереджаючим ФЕП_з – активна наступальна стратегія, розширення ринку збуту; для компаній – лідерів місцевого ринку збуту зі стабільним чи зростаючим ФЕП_{вн}, стійким чи

випереджаючим ФЕП_з – впровадження системи ризик-менеджменту для боротьби з зовнішніми ризиками та спрямування частини прибутку на оновлення основних засобів; для підприємств, ФЕП_{вн} яких досягав кризового рівня, а наразі залишається у депресивному стані та зі стійким чи випереджаючим ФЕП_з – підвищення інвестиційної активності, зростання виробництва та експорту заморожених напівфабрикатів закордон, що дозволить забезпечити стійку платоспроможність підприємства та вихід зі стану збитковості.

Результати досліджень опубліковані у [132, 131, 137, 139].

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення, а також обґрунтовано наукові та методичні засади, розроблено практичні рекомендації з формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств в сучасних умовах господарювання. Отримані наукові результати дають можливість зробити наступні висновки теоретичного, методичного та прикладного характеру:

1. В результаті теоретичного обґрунтування наукових досліджень сформовано економічний зміст поняття «фінансово-економічного потенціалу підприємства» як системи управління наявними фінансовими ресурсами, визначення джерел їх залучення та вибір напрямів інвестування відповідно до наявних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища з метою досягнення найбільш оптимального фінансового результату, а також реалізації цілей і напрямів розвитку підприємства. Встановлено, що фінансово-економічний потенціал є системним поняттям, що містить фінансову складову економічного потенціалу. До складових формування і розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської галузі включено виробничий, маркетинговий, інвестиційний та фінансовий потенціали.

2. Результати проведених досліджень дозволили визначити принципи оцінки фінансово-економічного потенціалу, до яких віднесено цілісність, комплексність та системність; гнучкість; диверсифікованість ризиків; створення умов для нарощування внутрішніх фінансових ресурсів; науковість та інформаційне підґрунтя прийнятих управлінських рішень; дієвість та результативність. Дотримання вказаних принципів дозволить реалізувати наявні та приховані можливості для підприємств хлібопекарської промисловості, що дозволить наростити фінансові ресурси з метою їх подальшого використання, забезпечення фінансової стабільності, стійкості, платоспроможності та конкурентоспроможності підприємств на ринку.

3. Досліджено та систематизовано методи, які використовуються

науковцями при оцінці фінансово-економічного потенціалу підприємства, серед яких методи формалізованого представлення, якісні методи, комплексні методи. Визначено, що серед вартісних підходів до оцінки фінансовоекономічного потенціалу підприємства, доцільно застосовувати лише порівняльний (ринковий) підхід з метою оцінки дій конкурентів на ринку. Встановлено, що найбільш показовим та результативним методом оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства являється комплексна інтегральна рейтингова оцінка, визначено її переваги і недоліки. Розроблені методичні підходи до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості, дають можливість вибору стратегії розвитку підприємства на перспективу з урахуванням результатів діяльності основних конкурентів та мінливості ринкового середовища.

4. Запропоновано підходи щодо розуміння комплексу факторів, що впливають на формування фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств в контексті взаємозв'язку фінансового та економічного субпотенціалів у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства. Внутрішні фактори відображають виробничу спроможність підприємства, його інвестиційну активність та фінансову стабільність. Зовнішні фактори залежать від постачальників борошна, законодавства та загального стану економіки держави. З метою кількісного визначення залежності між показниками діяльності підприємства та зовнішніми факторами, що впливають на його діяльність, розроблено модель оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської промисловості залежно від ринкових факторів.

5. Порівняльний аналіз споживання хліба і хлібопекарських продуктів та обсягу виробництва хліба та хлібобулочних виробів вітчизняними підприємствами відобразив, що ємність ринку хлібопекарських виробів є значно більшою за обсягом, ніж відображається у офіційній статистиці. Дослідження показало, що близько 60-80% виробництва хлібопекарської продукції в Україні знаходиться „в тіні”. Визначено, що частка великих підприємств в загальній місткості ринку продовжує зменшуватись внаслідок

виробництва хлібопекарської продукції підприємствами, які застосовують спрощену систему оподаткування, не декларують своєю основною діяльністю виробництво хліба та хлібобулочних виробів, а також через випікання хліба населенням в домогосподарствах самостійно. Порівняльний аналіз досягнутих значень фінансово-економічного потенціалу показав взаємозв'язок досягнутих результатів, за якими найкраще значення фінансово-економічного потенціалу досягнуто одним із лідерів українського ринку ПАТ „Київхліб”, а також лідером локального регіонального ринку ПАТ „Чернівецький хлібокомбінат”.

6. Дослідження особливостей діяльності підприємств хлібопекарської галузі дозволило визначити ризики формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств, що потребує створення механізму управління ними. Визначено, що ризиками діяльності хлібопекарських підприємств є економічні (зростання цін на сировину, зміна смаків і вподобань споживачів, зростання кількості конкурентів на ринку, неможливість транспортувати хлібопекарську продукцію на великі відстані через короткий строк зберігання), фінансові (нестабільність валютного курсу, низька інвестиційна активність, податкове навантаження, високі ставки кредитування), операційні (високі вимоги щодо якості готової продукції, швидка втрата споживчих властивостей хлібопекарської продукції, неможливість працювати на повну потужність) тощо.

7. Розроблено комплексний підхід до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської галузі, що дозволяє визначити функціональну взаємопов'язану сукупність виробничого, маркетингового, інвестиційного, фінансового потенціалів та ґрунтується на використанні трьох моделей розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства: залежно від внутрішніх факторів розвитку, ринкових взаємовідносин та залежно від загальноринкових факторів. Визначено стан розвитку фінансово-економічного потенціалу досліджуваних хлібопекарських підприємств за розробленими моделями та проведено їх порівняльний аналіз.

8. В контексті забезпечення розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств хлібопекарської галузі обґрунтовано концепцію побудови стратегії досягнення його перспективного рівня, в межах якої визначено ключові напрями та види стратегій розвитку потенціалу, їх цілі з боку кожного з досліджуваних субпотенціалів: виробничого, маркетингового, інвестиційного та фінансового, комплекс заходів, що забезпечує їхнє досягнення, а також можливі обмеження та перешкоди реалізації обраних стратегій в цілому для будь-яких підприємств галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абалкин Л.И. Диалектика социалистической экономики. Москва, 1981. 351 с.
2. Акбердин Р.З. Стержень экономики. Москва: Политиздат, 1979. 95 с.
3. Алексеенко Л.М., Олексієнко В.М. Економічний тлумачний словник: власність, приватизація, ринок цінних паперів. Тернопіль: Астон, 2003. 672 с.
4. Андріанов Ю.О. Сутність поняття „інвестиційний потенціал машинобудівного підприємства” і фактори, які на нього впливають. *Вісник Національного університету „Львівська політехніка”*. 2008. № 23. С. 3-7.
5. Артем'єв Б. В. Оцінювання обмежень у використанні економічного потенціалу підприємства: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Луганськ, 2010. 240 с.
6. Архагельский В.Н., Зиновьев Л.Е. Управление научно-техническим прогрессом в машиностроении. Москва: 1983. 120 с.
7. Бачевський Б.Є., Заблодська І.В., Решетняк О.О. Потенціал і розвиток підприємства. Київ: Центр навчальної літератури, 2009. 400 с.
8. Бачевський Б. Є., Пастушкова І.А., Яцура Є.А. Визначення економічного потенціалу підприємства. *Збірник наукових праць: економічні науки*. 2011. № 7. URL: http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/21_2.pdf (дата звернення: 13.09.2018).
9. Белінська О.В. Сутність фінансового потенціалу підприємства. *Вісник ХНУ. Економічні науки*. 2012. № 4. С. 267-274.
10. Белоусов Р. А. Рост экономического потенциала. Москва: Наука, 1981. 218 с.
11. Бикова В.Г. Оцінка та планування фінансово-економічного потенціалу підприємств загальнодержавного значення: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.04.01 „Фінанси, грошовий обіг і кредит”. Київ, 2006. 24 с.
12. Богатырева А.Н. Системная природа потенциала экономической

системы. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2014. № 2. С. 47-50.

13. Бондаренко Л.А. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності машинобудівного підприємства з виробництва автомобільної техніки // *Вісник національного університету „Львівська політехніка”*. 2011. №720. С. 109-114.

14. Бойченко Н.В. Определение экономического потенциала антрацитовых шахт // *Економіка: проблеми теорії та практики*. Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. Вип. 197. Т.2. С.330-339.

15. Большая советская энциклопедия (БСЭ): 30 т. на трех CD. Москва: Бол. Рос. энцикл., 2003. 3 Электрон. опт. диск (CD).

16. Большая советская энциклопедия: в 30 т. / гл. ред. А.М. Прохоров. Москва: Советская энциклопедия, 1978. Т.29. 640 с.

17. Большой экономический словарь / авт. и сост. А.Б. Борисов. Москва: Книжный мир, 2005. 860 с.

18. Большой экономический словарь / под ред. А. Н.Азрилияна. Москва: Институт новой экономики, 2002. 1280 с.

19. Бурлака О. В., Бокій В. І. Практичні підходи до визначення та використання поняття „потенціал підприємства в умовах ринкової економіки” // *Вісник Київ. нац. ун-ту технології та дизайну*. 2004. № 1. С. 55-59.

20. Вейц В.И. Потенциальные и кинетические производительные силы мирового хозяйства. Москва: Книжный мир, 1927. 326 с.

21. Верхоглядова Н.І., Дятлова Н.В. Дослідження сутності потенціалу як економічної категорії. *Інноваційна економіка*. Тернопіль: „Тайп”, 2013. № 4 (42). С.3-8.

22. Вітлінський В.В. Концептуальні засади ризикології у фінансовій діяльності. *Фінанси України*. Київ: Преса України, 2003. № 3. С. 3–7.

23. Воблый К.Г. Производственные силы Украины. *Техника, экономика и право*. 1924. № 4-5. С. 126-149.

24. Воронкова А. Е., Погорелов Ю. С. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 4.

С. 33-35.

25. Гавва В. Н., Божко Е. А. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 224 с.

26. Галузева програма розвитку хлібопекарської галузі на період до 2015 року: наказ Міністерства аграрної політики України від 20.03.2008 № 164 URL: http://www.uazakon.com/documents/date_e3/pg_gtcywj.htm (дата звернення: 11.09.2018).

27. Герасимчук З.В., Ковальська Л.Л. Виробничий потенціал регіону: методика оцінки та механізми його нарощування. Луцьк: ЛДТУ, 2003. 244 с.

28. Гопкало О. І. Дослідження ресурсного потенціалу промислового підприємства: методологічні особливості. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2010. № 2. С. 33-42.

29. Горшкова Н., Войтенко В., Хмельюк Л. Україна: перспективи розвитку. Консенсус-прогноз Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, 2018. №46. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=Konsensus-prognoz> (дата звернення: 10.09.2018).

30. Грабик Р.В., Богацька Н.М. Взаємоз'язок між фінансовим та економічним потенціалом підприємства. URL: http://www.rusnauka.com/31_ONBG_2011/Economics/10_96360.doc.htm (дата звернення: 10.09.2018).

31. Гриньова В. М., Коюда В. О., Лепейко Т. І., Коюда О. П. Інвестування. Київ: Знання. 2008. 358 с.

32. Гросул В. А., Афанасьєва М. В., Янчев А. В. Управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі: монографія. Харків: ХДУХТ, 2016. 244 с.

33. Гудзь Ю. Ф. Теоретико-методологічні засади сутності економічного потенціалу підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 7. С. 94-101.

34. Гудзь Ю. Ф. Методичні підходи до оцінки економічного потенціалу переробних підприємств АПК. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Економіка і менеджмент*. 2016. Вип. 15. С. 52-57.

35.Гузеева А.В. К вопросу определения сущности финансово-экономического потенциала организации. *Молодой ученый*. 2014. №10. С. 229-232.

36.Гусельников Д.В. Уточнение понятия и содержания экономического потенциала строительного предприятия. *Вестник ОГУ*. 2014. №1 (162). С. 44-48.

37.Денисюк О. М., Фаренюк О.П., Таранюк О.М. Аналіз економічного потенціалу підприємства. *Найновите науки постиження*: матеріали 8 Міжнар. наук.-практ. конф. 2012. Т.6. София: „Бял ГРАД-БГ” ООД. С. 13–17. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=40799> (дата звернення: 13.09.2018).

38.Диба М. І. Суть та види фінансових ризиків у системі ризик-менеджменту підприємства. URL: http://vlp.com.ua/files/04_28.pdf (дата звернення: 13.09.2018).

39.Діяльність суб'єктів господарювання у 2016 році. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. Київ. 2017. 588 с.

40.Догадайло Я. В. Обґрунтування складу потенціалу підприємств дорожньої галузі. *Економіка транспортного комплексу*. Харків: ХНАДУ 2010. Вип. 16. С. 182-191.

41.Должанський І. З., Загорна Т. О., Удалих О. О. Управління потенціалом підприємства: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 362 с.

42.Донец Ю.Ю. Эффективность использования производственного потенциала. Київ: Знание, 1978. 123 с.

43.Економічний словник/ за ред. П.І. Багрія, С.І. Дорогунцова. Київ, 1973. 623 с.

44.Економічний енциклопедичний словник: у 2-х т. / за ред. С.В. Мочерного. Львів: Світ, 2011. Т.1. 616 с.

45.Экономический потенциал развитого социализма / Б.М. Мочалов, Ф.М. Русинов, Д.К. Шевченко и др. Москва: Экономика, 1982. 278 с.

46.Євдокимов Ф.І., Мізіна О.В. Дослідження категорії „економічний

потенціал промислового підприємства”. *Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: Економічна*, 2004. №75. С. 54-59.

47. Живолуга О. Сутність, необхідність та особливості управління економічним потенціалом підприємства. *Торгівля і ринок України*. Донецьк: Дон. ДУСТ, 2000. Вип. 10. Т. 2. С. 44-49.

48. Жигунова О.А. Теория и методология анализа и прогнозирования экономического потенциала предприятия: монография. Москва: ИД „Финансы и Кредит”, 2010. 140 с.

49. Жоглина Е.В. Согласование механизмов управления развитием экономического потенциала: автореф. дис... канд. экон. наук: спец. 08.00.05. Ставрополь, 2008. 26 с.

50. Жувагіна І. О. Чинники формування інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі. *Економіка Крима*. 2013. № 1. С. 318-322.

51. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Фінансово-економічний словник. Київ: Знання, 2007. 1072 с.

52. Звіт антимонopolного комітету України за 2017 рік. URL: <https://drive.google.com/file/d/1Zp-gojNksXXfkf9rTtGMm4fQxf50jb27/view> (дата звернення: 10.09.2018).

53. Игнатенко Н.Г., Руденко В.П. Природно-ресурсный потенциал территории. Географический анализ и синтез. Львов: Вища шк., 1986. 164 с.

54. Івченко А. О. Тлумачний словник української мови. Харків: Фоліо, 2007. 12-те випр. вид. 540 с.

55. Іфтемичук В.С., Іфтемичук М.В. Економічний словник-довідник. Чернівці: Прут, 1997. 240 с.

56. Іфтемійчук В.С. Генеза ринкової економіки: терміни, поняття, персоналії. / за наук. ред. Г.І.Башнянина, В.С.Іфтемічука. Київ: Магнолія плюс, 2004. 688 с.

57. Калінеску Т.В., Романовська Ю.А., Кирилов О.Д. Стратегічний потенціал підприємства: формування та розвиток: монографія. Луганськ: СНУ

ім. В. Даля, 2007. 272 с.

58. Капканець В. С. Методологія управління фінансово-економічним потенціалом на галузевому рівні. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 10. С. 38-42.

59. Капканець В.С. Стан та перспективи розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємств залізорудної галузі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 11. С. 51-55.

60. Капканець В. С. Розроблення комплексного алгоритму управління фінансово-економічним потенціалом підприємств залізорудної галузі. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 1(1). С. 29-34.

61. Карапейчик И. Н. Понятие потенциала в экономике: общая концепция. *Ефективна економіка*. 2011. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?operation=1&iid=820> (дата звернення: 12.09.2018).

62. Карапейчик И. Н. О сущности и соотношении понятий экономического и производственного потенциалов. *Бизнес Информ*. 2012. № 4. Ч. 2. С. 10-13.

63. Карман С.В., Богатырева А.Н. Экономическая сущность понятия „потенциал”. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. Харків, 2014. №1 (6). С. 232-237.

64. Кібук Т. М. Систематизація методів оцінювання стратегічного потенціалу підприємства. *Стратегія економічного розвитку України*. 2012. №30. URL: С. 151–159. [http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/4352/1/2012_30_\(151-159\).pdf](http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/4352/1/2012_30_(151-159).pdf) (дата звернення: 10.09.2018).

65. Кісь Г. Р. Механізм забезпечення ефективного відтворення економічного потенціалу торговельного підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 „Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)”. Львів, 2011. 19 с.

66. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Москва: ТК Велби, 2002. 424 с.

67. Ковалев В.В. Финансы организаций (предприятий): учеб. Москва: Велби, Проспект, 2006. 352 с.

68. Ковтуненко К.В., Шаповал Я. В. Використання методів стратегічного аналізу для оцінки фінансового потенціалу підприємства. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2012_2_20.pdf (дата звернення: 12.09.2018).

69. Кожушко Д.М. Систематизація підходів до визначення сутності економічної категорії „потенціал”. URL: http://www.rusnauka.com/28_NPM_2013/Economics/10_145696.doc.htm (дата звернення: 13.09.2018).

70. Коленда Н. В. Соціальний потенціал: сутність та основні ознаки. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2013. Т. 18, Вип. 1. С. 105-115.

71. Корнійчук Г. В. Структурні компоненти фінансового потенціалу агроформувань. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 11. С. 73-77.

72. Костецька Н. І. Ринок хліба і хлібобулочних виробів України: стан і перспективи розвитку. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль: ТНТУ, 2015. Том 48. № 1. С. 26-31.

73. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 352 с.

74. Кретьова А.Ю. Оцінка майбутньої ефективності діяльності промислового підприємства. *Управління проектами та розвиток виробництва*. Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2011. № 4 (40). С. 83-87.

75. Курінна О.В. Теоретичні аспекти управління фінансовим потенціалом підприємств. *Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія: Економіка*. 2014. Вип. 1. С. 161-171.

76. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: монография.

Сумы: ИТД „Университетская книга”, 2004. 359 с.

77. Лапін Є.В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління: автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.07.01 / Харків, 2006. 36 с.

78. Латишева О.В. Визначення сутності поняття „потенціал сталого розвитку підприємств”. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Сер. Економічні науки*. 2017. Вип. 33. С. 35-42.

79. Ліщинська В. В. Аналіз конкурентного середовища хлібопекарської промисловості України. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4_2018/163.pdf (дата звернення: 11.09.2018).

80. Лукинов И., Онищенко А., Пасхавер Б. Аграрный потенциал: исчисление и использование. *Вопросы экономики*. 1988. №1. С. 12–21.

81. Лукомська А.В. Управління ризиками підприємства в сучасних умовах господарювання. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/387.pdf> (дата звернення: 12.09.2018).

82. Лучкова М. С. Теоретичні аспекти управління стратегічним потенціалом підприємства. *Економічні науки: зб. наук. пр.* 2012. Вип. 9. С. 77–83.

83. Макарова Г. С. Форми оцінки економічного потенціалу підприємства. *Науковий журнал „Економіка розвитку”*. Харків, 2011. №4 (60). С. 89-92. URL: http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/e114_60/e114maka.pdf (дата звернення: 10.09.2018).

84. Макарова Г.С. Формування економічного потенціалу будівельного підприємства. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/48320/14-Makarova.pdf?sequence=1> (дата звернення: 12.09.2018).

85. Малік М.Й., Нужна О.А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія. Київ: ННЦ ІАЕ, 2007. 270 с.

86. Малый экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. Москва: Институт новой экономики, 1997. 1088 с.

87. Мамонов К.А., Угоднікова О.І. Економічний потенціал: теоретичні аспекти та лінія трансформації. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. №26. С. 198-202.

88. Марушков Р.В. Оценка использования экономического потенциала предприятия (на примере предприятий печатной отрасли): автореф. дисс. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.05. „Экономика и управление народным хозяйством”. Москва, 2000. 25 с.

89. Марченко Н. Я. Управління стратегічним потенціалом машинобудівних підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. экон. наук: спец. 08.00.04 „Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)”. Тернопіль, 2012. 23 с.

90. Маслак О.І., Квятковська Л.А., Безручко О.О. Особливості формування економічного потенціалу підприємства в умовах циклічних коливань. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 9. С. 36-46.

91. Мельниченко Ю.О., Шпак Ю.В. Роль фінансово-економічного потенціалу у виробничо-господарській діяльності підприємства. *Наука – 2010: проблеми та перспективи розвитку*: тези виступів та доповідей учасників Всеукр. наук.-практ. конф., 22-23 квітня 2010 р. Черкаси: СУЕМ, 2010. С. 29-32.

92. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: навч. посіб. Київ: Вища школа. 2003. 175 с.

93. Назарова О.Г. Вартісний підхід до управління інвестиційним потенціалом підприємства: дис. канд. экон. наук. / О.Г. Назарова; 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Краматорськ, 2015. 235 с.

94. Нікітін Ю. О., Шпонька Т. О. Методи управління підприємством в умовах невизначеності. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2013. Вип. 3. С. 58-62.

95. Ноженко С.В. Врахування економічних ризиків у сценаріях розвитку підприємств харчової промисловості. *Економічні інновації*: зб. наук. пр. Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2015. Вип. 59. С. 253-258.

- 96.Нужний К.М., Бобкова О.Ю. Сутнісна характеристика економічного потенціалу підприємства. *Европейская наука XXI века-2007*, 16-31 мая 2007 г. - Днепропетровск: Наука и образование, 2007. Т.3. С. 727.
- 97.Одинцова Г.С., Селезнева Г.А Некоторые аспекты структуризации потенциала предприятия. *Економіка розвитку*. 2005. №2. С. 74-75.
- 98.Ожегов С.И. Словарь русского языка / под.ред.член.кор. АН СССР М.Ю.Шведовой. Москва: Русский язык, 1986. 18 изд. 787 с.
- 99.Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. Москва: Азбуковник, 1997. 944 с.
- 100.Осовська Г.В., Юшкевич О.О., Завадський Й.С. Економічний словник. Київ: Кондор, 2007. 358 с.
- 101.Отенко И.П. Стратегическое управление потенциалом предприятия: научное издание. Харьков: ХНЗУ, 2006. 256 с.
- 102.Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 13.09.2018).
- 103.Офіційний сайт Головного управління статистики у Чернівецькій області. URL: <http://www.cv.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.09.2018).
- 104.Офіційний сайт Головного управління статистики у Київській області URL: <http://kyivobl.ukrstat.gov.ua/content/> (дата звернення: 12.09.2018).
- 105.Офіційний сайт Головного управління статистики у Львівській області. URL: <http://www.lv.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.09.2018).
- 106.Офіційний сайт Головного управління статистики у Херсонській області. URL: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 09.09.2018).
- 107.Офіційний сайт Головного управління статистики у Волинській області. URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.09.2018).
- 108.Офіційний сайт консалтингової компанії України Pro-Consulting URL: <https://pro-consulting.ua/> (дата звернення: 13.09.2018).
- 109.Офіційний сайт ТОВ „ХК „Хлібні інвестиції”. URL: <http://hlebinvest.com.ua> (дата звернення: 10.09.2018).

110.Офіційний сайт ПАТ „Київхліб”. URL: <http://kyivhlib.com.ua/ukr/kievhleb/> (дата звернення: 09.09.2018).

111.Офіційний сайт ПАТ „Концерн Хлібпром”. URL: <http://hlibprom.com.ua/> (дата звернення: 10.09.2018).

112.Офіційний сайт ТМ „Формула смаку”. URL: <http://www.formula-smaku.com/> (дата звернення: 12.09.2018).

113.Офіційний сайт ТМ Кулінічі. URL: <http://www.kulinichi.com/ua/about-company.html> (дата звернення: 12.09.2018).

114.Офіційний сайт ТОВ „ХК „Хлібні інвестиції”. URL: <https://hlibinvest.com.ua/> (дата звернення: 13.09.2018).

115.Офіційний сайт холдингу „Золотий урожай” Lauffer Group. URL: <http://www.lauffer.com/> (дата звернення: 11.09.2018).

116.Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі. URL: <http://www.me.gov.ua/> (дата звернення: 13.09.2018).

117.Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 10.09.2018).

118.Офіційний сайт Державної установи „Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України”. URL: <https://smida.gov.ua/> (дата звернення: 10.09.2018).

119.Партин Г.О., Задерецька Р.І., Граціян О.В. Формування фінансового потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4754> (дата звернення: 09.09.2018).

120.Пастухова Т.Ю. Метод розрахунку конкурентоспроможності підприємства, заснований на теорії ефективної конкуренції. URL: http://confcontact.com/2012_03_15/ek1_pastuhova.php (дата звернення: 11.09.2018).

121.Переліки тарифних квот, а також ставок увізного мита в межах квот та поза межами квот. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=d186a359-3cd3-4865-8537-568e8aedcaed&title=PerelikiTarifnikhKvot-ATakozhStavokUviznogoMitaVMezhakhKvotTaPozaMezhamiKvot> (дата

звернення: 10.09.2018).

122. Пипенко І.С. Обґрунтування структури потенціалу підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2012. Вип. 20. С. 28-36.

123. Побережна Н.М. Аналіз трактування поняття „потенціал”. *Вісник Нац. техн. ун-ту „ХПІ”: Технічний прогрес і ефективність виробництва*. Харків : НТУ „ХПІ”. 2010. № 62. С. 26-33.

124. Повержук Ю. М., Гуменюк М. М. Рейтингова оцінка підприємства як складова оперативного управління діяльністю підприємства. *Механізми регулювання соціально-економічним розвитком в умовах глобалізації*: матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. мол. вч. та студ., 21 берез. 2014 р. Чернівці: БДФЕУ, 2014. С. 283-287.

125. Повержук У.-Ю.М., Зибарева О.В. Економічна сутність та форми функціонування фінансово-економічного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. Оцінка розвитку хлібопекарської промисловості в контексті формування валової доданої вартості областей України. *Особливості управління підприємствами в умовах глобальних викликів*: монографія / за заг. ред. О.В. Зибаревої. Чернівці: Технодрук, 2016. 320 с., С. 29-44, 221-226.

126. Повержук У.-Ю.М. Дослідження наукових підходів до розуміння сутності понять „потенціал” та „економічний потенціал” підприємства. *Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки*. Вип. 1 (28). Чернівці, 2015. С. 177-185.

127. Повержук У.-Ю.М. Дослідження науково-методичних підходів та форм оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. Том 21. Випуск 4. Одеса, 2016. С. 95-98.

128. Повержук У.-Ю.М. Оцінка розвитку хлібопекарської промисловості в контексті формування валової доданої вартості областей України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 9. С. 129-132. URL: Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_9_32 (дата

звернення: 10.09.2018).

129.Повержук У.-Ю.М. Управління підприємствами хлібопекарської галузі в умовах невизначеності ринку. *Проблеми і перспективи економіки та управління*: науковий журнал. Чернігів: Черніг. нац. технол. ун-т, 2017. №3 (11). – С. 94-100. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/articles/1513262915687.pdf>. (дата звернення: 12.09.2018).

130.Повержук У.-Ю.М. Побудова моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 5 (11). С. 10-15. URL: http://ir.duan.edu.ua/bitstream/123456789/896/1/%D0%97%D0%94%D0%86%D0%90%20_%E2%84%965_2017%20%D1%87.%202.pdf (дата звернення: 13.09.2018).

131.Повержук У.-Ю.М., Зибарева О. В., Шилепницький П.І. Комплексний підхід до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства. *Науковий журнал „Вісник ЧТЕІ”*, 2018. Вип. I-II (69-70). С. 100-106.

132.Повержук У.-Ю.М. Концептуальні засади побудови стратегії формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства. *Інфраструктура ринку*: електронний журнал, 2018. Вип. 20. URL: <http://www.maket-infr.od.ua/uk/20-2018> (дата звернення: 11.09.2018).

133.Повержук У.-Ю.М. Структура економічного потенціалу підприємства. *Економіка і менеджмент 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку*: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 23-24 квітня 2015 року. Дніпропетровськ: Дніпропетровський національний університет, 2015. С. 53-56.

134.Повержук У.-Ю.М. Проблема використання поняття „потенціал підприємства” в іноземній економічній літературі. *Національне виробництво й економіка в умовах реформування: стан і перспективи інноваційного розвитку та міжрегіональної інтеграції*: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 30 жовтня 2015 р. Кам'янець-Подільський: Подільський державний аграрно-технічний університет, 2015. С. 289-292.

135. Повержук У.-Ю.М., Зибарева О.В. Фактори впливу на формування фінансово-економічного потенціалу підприємства. *Прогнозування економічного та соціального розвитку національної економіки: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.*, 22 квітня 2016 р. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2016. С. 93-97.

136. Повержук У.-Ю.М. Оцінка конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі України. *Конкурентоспроможність національної економіки: показники, фактори впливу та шляхи підвищення: Всеукр. наук.-практ. конф.*, 30 вересня 2016 р. Київ: Київський економічний науковий центр, 2016. С. 75-79.

137. Повержук У.-Ю.М. Стратегії розвитку фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств. *Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.*, 19 жовтня 2017 р. Полтава, 2017. С. 85-87.

138. Повержук У.-Ю.М. Ризики діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання. *Економічне зростання: стратегія, напрями і пріоритети: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.*, 22-23 вересня 2017 р. Запоріжжя: Східноукраїнський інститут економіки та управління, 2017. С. 11-14.

139. Повержук Ю. М., Юрій Е. О. Оцінка та напрями покращення фінансового стану підприємств України. *Кримський економічний вісник: наук. журнал. Сімферополь*, 2014. №1 (08) лютий. С. 130-132.

140. Полозова Т.В. Дослідження дефініції поняття „інноваційно-інвестиційна спроможність підприємства”. *Інноваційна економіка*. 2014. № 6. С. 103-107.

141. Потенціал підприємства: формування та використання: підручник / Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха, В.В. Морева, О.В. Белякова, О.Б. Балакай. Донецьк: Вид-во Цифрова типографія, 2012. 257 с.

142. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О. К. Добикіна, В. С. Рижиков, С. В. Касьянюк, М. Є. Кокотько. Київ: Центр навчальної

літератури, 2007. 208 с.

143. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 23.12.1997 № 771/97-ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 10.09.2018).

144. Про затвердження фінансового плану публічного акціонерного товариства „Аграрний фонд” на 2017 рік : розпорядження Кабінету Міністрів України від 21 червня 2017 р. № 425-р. URL: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=250093908> (дата звернення: 12.09.2018).

145. Про внесення змін у додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 25 грудня 1996 р. № 1548 та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України : постанова Кабінету Міністрів України від 7 червня 2017 р. № 394. URL: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=250050387> (дата звернення: 08.09.2018).

146. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення: постанова Кабінету Міністрів України від 14 квітня 2000 р. №656. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/656-2000-%D0%BF> (дата звернення: 10.09.2018).

147. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення: постанова Кабінету Міністрів України від 11 жовтня 2016 р. № 780. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/780-2016-%D0%BF> (дата звернення: 12.09.2018).

148. Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин: Закон України / Відомості Верховної Ради (ВВР). 2017. № 31. ст. 343.

149. Про затвердження Порядку декларування зміни оптово-відпускних цін на продовольчі товари: постанова Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 2007 р. №1222. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1222-2007-%D0%BF> (дата звернення: 14.09.2018).

150. Пузирьова П. В. Управління фінансовим потенціалом підприємств: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 „Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)”. Київ, 2009. 20 с.

151. Ревуцкий Л.Д. Потенциал и стоимость предприятия. Москва: Перспектива, 1997. 258 с.

152. Результати роботи ПАТ „Аграрний фонд” за 2015 рік та пріоритети діяльності товариства. URL: <http://agrofond.gov.ua/uploads/public/14689204074488.pdf> (дата звернення: 09.09.2018).

153. Репіна І.М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління. *Вісник Української академії державного управління при Президентіві України*. 1998. № 2. С. 262-271.

154. Рзаев Г. І. Економічний потенціал підприємства та теоретичне обґрунтування напрямів його оцінки. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 3(3). С. 145-149.

155. Розрахунок зведеного показника рейтингової оцінки фінансового становища підприємства. URL: <http://koryuka.org.ua/?p=277> (дата звернення: 09.09.2018).

156. Россоха В.В. Теоретико-методичні засади формування, розвитку та оцінювання виробничого потенціалу сільськогосподарського підприємства. Київ: ННЦ ІАЕ, 2009. 94 с.

157. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия: 4-е изд., стер. Москва: Инфра-М, 2011. Гл. XII. 882 с.

158. Сабадирьова А.Л., Бабій О.М., Куклінова Т.В., Салавеліс Д.Є. Потенціал і розвиток підприємства: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2013. 343 с.

159. Самоукин А.И. Потенциал нематериального производства. Москва: Знание, 1991. 214 с.

160. Сіменко І.В., Белоусова І.М., Батлукова О.О. Аналіз фінансово-економічного потенціалу підприємства: навч. посіб. Донецьк: ДонДУЕТ, 2004. 169 с.
161. Словник іншомовних слів / ред. О. С. Мельничук. Київ: Головна редакція УРЕ, 1985. 968 с.
162. Словник іншомовних слів/ укл. Л.О. Пустовіт та ін. Київ: Довіра, 2000. 1018 с.
163. Словник української мови: в 11 томах. / ред. І.К. Білодід. Київ: Наукова думка, 1976. Т.7. 402 с.
164. Советский энциклопедический словарь/ гл. ред. А.М.Прохоров. Москва: Сов. энциклопедия, 1988. 4 изд. 1283 с.
165. Сосненко Л.С. Анализ экономического потенциала действующего предприятия. Москва: Экономическая литература, 2004. 208 с.
166. Стахно Н.Д. Финансовый потенциал как механизм трансформации ресурсов деятельности организаций рекреационного комплекса. URL: http://www.nbuv.gov.ua/PORTAL/Soc_Gum/Nvfbi/2010_3/06st.pdf (дата звернення: 11.09.2018).
167. Струмилин С.Г. К вопросу об изменении народного благосостояния. *Вопросы статистики*. 1954. № 5. С. 12-28.
168. Сучасний тлумачний словник української мови: 100 000 слів / за ред. В.В. Дубічинського. Харків: ВД „ШКОЛА”, 2009. 1008 с.
169. Суюсанова О.Л. Фактори впливу на ефективність управління персоналом харчових підприємств. *Ефективна економіка*. 2013. №3. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3222> (дата звернення: 09.09.2018).
170. Тарасюк Г.М., Ярмолюк М.Ю. Сутнісні характеристики та ефективність використання економічного потенціалу вітчизняних підприємств. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. № 2. С. 168-177.
171. Территориально-отраслевой принцип планирования: Теория и практика /Ф.М.Русинов, В.И.Чумаков, В.К.Савельев и др. Москва: Мысль,

1980. 254 с.

172. Терещенко Е.Ю. Економічна сутність фінансового потенціалу підприємства. *Економічний простір*. 2010. №2. С. 123-127. URL: http://www.confcontact.com/2008dec/7_tereschenko.php (дата звернення: 13.09.2018).

173. Толпежніков Р.О. Сутність та методика оцінювання фінансового потенціалу підприємства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Вип. 2(1). С. 277-282.

174. Толпежніков Р.О. Методика оцінювання виробничого потенціалу підприємства. *Економіка і регіон*. 2012. № 6. С. 102.

175. Турчак В.В., Чижинська С.Д. Методика оцінки фінансового потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. *Молодий вчений: наук. журн. Херсон*, 2014. № 8 (2) (11). С. 49-52.

176. Українська екологічна енциклопедія / гол. ред. Р.С. Дяків. Київ, 2003. 520 с.

177. Федонін О. С., Рєпіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч.-метод. посіб. Київ: КНЕУ, 2005. 216 с.

178. Харченко С. В. Управлінські аспекти забезпечення результативності використання потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 8. С. 46-72.

179. Хомяков В.І., Бакулін І.В. Управління потенціалом підприємства. Київ: Кондор, 2007. 400 с.

180. Хринюк О. С., Бова В. А. Моделі розрахунку ймовірності банкрутства як метод оцінки фінансового потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2_2018/46.pdf (дата звернення: 12.09.2018).

181. Чалиев А.А. Совершенствование методологии оценки финансово-экономического потенциала жилищно-коммунальных предприятий: автореферат диссертации ... кандидата экономических наук. Нижний Новгород, 2007. 17 с.

182. Четверик В.М. Удосконалення методики розрахунку рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. URL: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2011_26/zb26_41 (дата звернення: 10.09.2018).

183. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2001. 540 с.

184. Шаблій О., Шаблій З. Нові підходи до категорії „рекреаційний потенціал”. *Проблеми регіональної політики*. 1995. С. 101-109.

185. Шевченко А.А. Формування та ефективність використання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 - економіка, організація та управління підприємствами. Тернопіль: ТАНГ, 2005. 23 с.

186. Шинкаренко В.Г., Криворучко О.М., Пипенко І.С. Сучасне розуміння потенціалу підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2011. Вип. 18. С.47-58.

187. Шишкіна О.В. Формування економічного потенціалу містоутворюючого підприємства під впливом транспорту. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції „Проблеми формування нової економіки XXI століття”, 17-19 грудня 2008 р. Днепропетровськ: ПДАБА, 2008. Т.4. С.40-43.

188. Шумська С.С. Фінансовий потенціал України: методологія визначення та оцінки. *Фінанси України*. 2007. №15. С. 55-64.

189. Щепетова В.Н. Системно-целевой подход к анализу экономического потенциала коммерческой организации: автореф. дис. канд. екон. наук. Орел, 2008. 25 с.

190. Щербак Е. А., Тевікова Н. В. Ефективність роботи хлібопекарських підприємств Запорізької області. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Pav_2014_25_20.pdf (дата звернення: 11.09.2018).

191. Юнусов И.И. Формирование и эффективность использования экономического потенциала строительного предприятия (на примере Республики Татарстан): автореф. дис... канд. экон. наук: спец. 08.00.05 „Экономика и управление народным хозяйством”. Москва, 2006. 20 с.

192. Brehova, J. and Kurbanova, A. (2013) The Economic Potential of the Company: Approaches to the Definition and Methodology for Assessing. *European Journal of Applied Sciences*. Vol. 5 (6). pp. 166-171.

193. Breznik L., Lahovnik M. (2016) Dynamic capabilities and competitive advantage: findings from case studies. *Management*, Vol. 21, 2016, Special Issue, pp. 167-185.

194. Bulut, Z.A. (2004). İşletmeler Açısından Kapasite Planlaması ve Kapasite Planlamasına Etki Eden Faktörler. *Mevzuat Dergisi*. Yıl:7, Sayı:80. Erişim Tarihi: 14 Aralık 2013, <http://www.mevzuatdergisi.com/2004/08a/06.htm> (last accessed: 13.09.2018).

195. Denman, James (2011), Business Capability Definition. URL: <http://searchsoa.techtarget.com/definition/business-capability> (last accessed: 13.09.2018).

196. Eisenhardt, K. M. and Martin, J. (2000). Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21 (10/11), pp. 1105-1121.

197. Fang Du and Tonhua Mou (2014) “Investigation analysis of influence factors of innovation development of SMEs in Shenzhen“, *International Conference on Social Science and Management (ICSSM 2014)*, DEStech Publications, USA, pp. 132-136.

198. Güneçkan, Ö. (2008). “Kapasite Planlaması ve Optimim Stok Kontrolü Yönetimi” Kahramanmaraş Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2008.

199. Hasan Koç, Kurt Sandkuhl (2015). From Business Process Models to Capability Models, *Gesellschaft für Informatik: Lecture Notes in Informatics (LNI)*, Bonn. URL: <https://subs.emis.de/LNI/Proceedings/Proceedings246/979.pdf> (last accessed: 11.09.2018).

200. Homann, Ulrich (2006). A Business-Oriented Foundation for Service Orientation. URL: <https://msdn.microsoft.com/en-us/library/aa479368.aspx> (last accessed: 11.09.2018).

201. John Spence (2009). Awesomely Simple: Essential Business Strategies for Turning Ideas Into Action, San Francisco, CA: Jossey-Bass. 197 p. URL: <http://blog.johnspence.com/2011/01/principles-sustainable-business-success-hunt-opportunities-economy/> (last accessed: 15.09.2018).

202. Matthew Bishop (2009) The Economist: Economics: An A-Z Guide (Economist a-Z Guide). Profile Books Ltd, London, 278 p.

203. Onasanya, D. Making most of your currently unrealized ability to achieve the best result. URL: http://www.academia.edu/11672739/making_most_of_your_currently_unrealized_ability_to (last accessed: 11.09.2018).

204. Polozova T.V. Investigation of the definition of the concept „innovative and investment capacity of the enterprise”. URL: http://ie.at.ua/English_6_2014/polozova_t.v-investigation_of_the_definition_of_th.pdf (last accessed: 15.09.2018).

205. Rosen, Mike (2006), Business Processes Start with Capabilities. URL: <http://www.bptrends.com/publicationfiles/12-07-10-COL-BPM%20&%20SOA--BusProcesses%20begin%20with%20Capabilities%201003%20v01--Rosen.pdf> (last accessed: 11.09.2018).

206. Saniuk A. (2011). Current challenges in financial management of production enterprises. Trendy v podnikání. *Business Trends* 2/2011. URL: https://www.dfek.zcu.cz/tvp/doc/akt/54_TVP_2011-2_Saniuk.pdf (last accessed: 10.09.2018).

207. Sernola, Teemu (2011) How to initiate a capacity planning and management process for a rapid deployment unit of a security services company. URL: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/36242/Teemu_Sernola.pdf (last accessed: 13.09.2018).

208. Tekin, M. (2012). Üretim Yönetimi. (8. Baskı). Konya: Günay Ofset. S.223-253.

209. Teece D.J., Pisano G., Shuen A. (1997) Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, №18(7), pp. 509–533.

210. The Free Dictionary. URL: <http://thefreedictionary.com/potential> (last accessed: 11.09.2018).

211. Üreten, Sevinç, Üretim/İşlemler Yönetimi, Ankara, 1999, s. 287.

212. Zongsheng L. (2010). Strategic Financial Management in Small and Medium-Sized Enterprises. *International Journal of Business and Management*. URL: <http://ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/5058/4208> (дата звернення: 13.09.2018).

ДОДАТОК А

Еволюція трактування поняття “потенціал підприємства” у словниках

Назва	Рік	Визначення	Джерело
Економічний словник	1973	Потенціал (від лат. potentia – сила) – можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані з певною метою, в якомусь відношенні (напр. економічний потенціал).	[43, с.470]
Словник української мови	1976	Потенціал – сукупність усіх наявних засобів, можливостей, продуктивних сил і т. ін., що можуть бути використані в якій-небудь галузі, ділянці, сфері.	[163, с.402]
Словник іншомовних слів	1985	Потенціал – можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані.	[161, с. 673]
Словарь русского языка	1986	Потенціал – ступінь потужності в якому-небудь відношенні, сукупність засобів неоднорідними для будь-чого.	[98, 548]
Советский энциклопедический словарь	1988	Потенціал – джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути використані для вирішення якого-небудь завдання, досягнення визначеної цілі; а також можливості окремої особи, суспільства, держави у визначеній галузі.	[164, с. 1046]
Толковый словарь русского языка	1997	Потенціал – ступінь потужності в якому-небудь відношенні, сукупність будь-яких засобів, можливостей; внутрішні можливості.	[99, с. 571]
Малый экономический словарь	1997	Потенціал – сукупність засобів, які є в наявності, можливостей в якій-небудь галузі.	[86, с. 482]
Словник іншомовних слів	2000	Потенціал – сукупність наявних засобів, можливостей у певній галузі тощо.	[162, 764]
Большой экономический словарь	2002	Потенціал – наявні у економічного суб’єкта ресурси, їх оптимальна структура та вміння раціонально використати їх для досягнення поставленої мети.	[18]
Економічний тлумачний словник	2003	Потенціал – сукупність наявних засобів, можливостей для діяльності.	[3, с.484]
Українська екологічна енциклопедія	2003	Потенціал – це наявна можливість, здатність, що може виявитись у разі потреби за певних умов; достатність ресурсів, сил для здійснення планів, програм, забезпечення певного виду діяльності.	[176, с. 63]
Велика радянська енциклопедія	2003	Потенціал – це: здатність протистояти несприятливим впливам середовища; обсяг накопичених ресурсів і результат, який можливо досягти в перспективі при оптимальному використанні наявних ресурсів; механізм, що забезпечує сучасну і активну реакцію на вплив зовнішніх факторів.	[15]

1	2	3	4
Гене́за ринкової економіки: терміни, поняття, персоналії	2004	Потенціал (від лат. <i>potentia</i> – сила) – засоби, запаси та джерела, що є у наявності та можуть бути використані для досягнення певної мети, вирішення деякого завдання, а також можливості окремої особи, суспільства та держави в певній галузі.	[56, с.132]
Большой экономический словарь	2005	Потенціал – наявні можливості, ресурси, запаси, засоби, що можуть бути використані для досягнення, здійснення будь-чого.	[17, с.861]
Тлумачний словник української мови	2007	Потенціал – приховані здатності, сили для якої-небудь діяльності, що можуть виявитися за певних умов.	[54, с. 265]
Фінансово-економічний словник	2007	Потенціал розвитку – сукупність наявних на підприємстві передумов (чинників), які можуть зумовити зростання вартості майна (капіталу) та прибутковості. Такими передумовами є: конкурентоспроможна продукція, висококваліфікований персонал, передові виробничі технології, ноу-хау, торгові марки, надійні та постійні клієнти – споживачі продукції тощо.	[51, с.701]
Новая экономическая энциклопедия	2011	Потенціал – сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, науково-технічні та інші, за допомогою яких можна отримати певні результати, наприклад інтелектуальний потенціал, виробничий потенціал, підприємницький потенціал.	[154, с. 642]

ДОДАТОК Б

Еволюція трактування поняття “потенціал підприємства”
вітчизняними та зарубіжними дослідниками та науковцями

Автор	Рік	Трактування	Джерело
1	2	3	4
К.Г. Воблий	1924	Потенціал виробничих сил – потенційна можливість країни виробляти матеріальні блага для задоволення потреб населення.	[23, с.128]
В.І. Вейц	1927	Потенційні виробничі сили — не тільки матеріальні елементи, а також ті чи інші матеріальні умови, за яких здійснюється виробничий процес.	[20, с.135]
Ю.Ю. Донець	1978	Потенціал підприємства — максимально можливий річний, добовий, годинний чи віднесений до іншої часової одиниці об’єм випуску продукції.	[42, с. 68]
О.І. Абалкін	1981	Потенціал – це узагальнена характеристика ресурсів, прив’язана до місця і часу.	[1, с. 214]
В.М. Архангельський	1983	Потенціал – засоби, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети або вирішення певної задачі.	[6, с. 106]
І.І. Лукінов	1988	Потенціал підприємства – кількість і якість ресурсів, якими володіє та чи інша господарча система.	[80, с. 15]
Л.І. Самоукін	1991	Потенціал підприємства необхідно розглядати у взаємозв’язку з властивою кожній суспільно-економічній формації виробничими відносинами, що виникають між окремими працівниками, трудовими колективами а також управлінським апаратом підприємства, організації, галузей народного господарства в цілому з приводу повного використання їхніх здібностей до створення матеріальних благ і послуг.	[159, с. 5]
Л.Д Ревуцький	1997	Потенціал підприємства — це обсяг робіт у наведених одиницях виміру витрат праці (нормо-години), який може бути виконаний протягом деякого періоду часу (наприклад, року) основними виробничими робітниками на базі наявних виробничих фондів при заданому режимі роботи та оптимальної організації праці і виробництва.	[151, с. 95]

1	2	3	4
І.М. Репіна	1998	Підприємницький потенціал – сукупність ресурсів (трудових, матеріальних, технічних, фінансових, інноваційних), навичок, можливостей керівників, спеціалістів та інших категорій персоналу для виробництва товарів, здійснення послуг, отримання максимального доходу (прибутку) і забезпечення сталого функціонування та розвитку підприємства.	[151, с.263]
М.Г. Чумаченко	2001	Потенціал – це відносини, що виникають на підприємстві з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату за умови: наявності власного капіталу, достатнього для виконання умов ліквідності і фінансової стійкості; можливості залучення капіталу в обсязі, необхідному для реалізації ефективних інвестиційних проектів; рентабельності вкладеного капіталу; наявності ефективної системи керування фінансами, що забезпечує прозорість поточного і майбутнього стану.	[183]
Г.В. Герасимчук	2003	Потенціал – це максимальні можливості об'єкта функціонування з урахуванням чинників впливу шляхом раціонального використання всіх видів ресурсів для досягнення потенціальних цілей.	[27, с.55]
В.О. Мец	2003	Потенціал є узагальнюючою характеристикою роботи підприємства і проявом сукупного впливу наступних взаємозалежних його сторін: виробничого, майнового, фінансового і ділового потенціалів	[92]
О. В. Бурлака	2004	Потенціал підприємства – це інтегральний показник, що характеризує сукупність ресурсів, властивостей і особливостей підприємства, які визначають можливість його ефективного досягнення поставлених цілей, незважаючи на певні допустимі зміни зовнішніх умов.	[19, с. 56]
В.Н. Гавва	2004	Потенціал підприємства – це можливості, якими володіє підприємство, у вигляді сукупності основних процесів і елементів, а також їхній стан.	[25, с. 94].
Є.В. Лапін	2004	Потенціал – максимально можливий обсяг виробництва матеріальних благ і послуг в умовах, що забезпечують найбільш повне використання по часу та продуктивності певної кількості наявних економічних ресурсів.	[76, с.170]
О.С. Федонін	2004	Потенціал підприємства – інтегральне відображення поточних і майбутніх можливостей економічної системи щодо трансформування вхідних ресурсів за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси.	[177, с.13]

1	2	3	4
Н.С. Краснокутська	2005	Потенціал підприємства – можливості системи ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів.	[73, с. 7]
Г. С. Одінцева	2005	Потенціал підприємства представляє собою систему взаємопов'язаних елементів, які виконують визначені функції в процесі забезпечення виробництва продукції та досягнення підприємством своєї мети.	[97, с.75]
І.З. Должанський	2006	Потенціал підприємства являє собою реальну або ймовірну здатність виконувати цілеспрямовану роботу.	[41, с.13]
І.П. Отенко	2006	Потенціал – поняття, що припускає як діалектичну єдність можливостей, так і процеси їх реалізації, тобто наявність необхідності і створення умов для їх реалізації. Процес реалізації залежить від об'єктивних факторів - можливостей, що визначаються станом об'єкту та оточуючого середовища, і суб'єктивних - здібностей їх усвідомлювати (процесу пізнання), створювати, використовувати і розвивати. Отже, потенціал включає суб'єкту (здібності) та об'єкту (можливості) складові, а також процеси, які їх поєднують - пізнання, реалізація, розвиток.	[101, с.109]
О. К. Добикіна	2007	Потенціал підприємства – це сукупність економічних ресурсів і його виробничих можливостей, що можуть бути використані для досягнення цілей підприємства та його розвитку.	[142, с. 6]
Т.В. Калінеску	2007	Потенціал підприємства – сукупність організованих у певних соціально-економічних формах ресурсів, що можуть за певних діючих внутрішніх і зовнішніх чинників середовища бути спрямовані на реалізацію діяльності підприємства, метою якої є задоволення нових потреб суспільства.	[57]
С.С.Шумська	2007	Потенціал – сукупність накопичених ресурсів та їх використаних і невикористаних потенційних можливостей у сфері виробництва матеріальних благ та послуг з метою найбільш повного задоволення потреб суспільства.	[188, с.55]
В.І. Хомяков	2007	Потенціал – джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути приведеними в дію, використанні для вирішення якоїсь задачі, досягнення певної цілі, можливості окремої особи, суспільства, держави, підприємства в певній галузі.	[179, с.11]

1	2	3	4
Е.Ю. Терещенко	2008	Термін „потенціал” у загальному його значенні означає наявність у кого-небудь (будь-то окремо взята людина, первинний робочий колектив, суспільство в цілому) прихованих можливостей, які ще не виявилися або здатності діяти у відповідних сферах.	[172, с. 125]
Б. Є. Бачевський	2009	Потенціал підприємства – це його властивість як носія штучного походження забезпечити очікуваний суб’єктом оцінки позитивний (або негативний) результат в існуючій системі зовнішніх обмежень з урахуванням здатності носія до розвитку.	[7, с. 23].
А.Е. Воронкова	2009	Потенціал підприємства визначається якістю та кількістю ресурсів, що має підприємство, кваліфікацією персоналу підприємства, інноваційними, інформаційним та фінансовими здатностями	[24, с. 78]
В.В. Россоха	2009	Потенціал підприємства – це сукупність наявних у економічного суб’єкта ресурсів і можливостей, що можна використати для досягнення поставленої мети.	[154]
С. В. Харченко	2009	Потенціал підприємства – можливості, які не існують до того часу, поки вони не виявляться в конкретних результатах.	[178, с. 142]
В. І. Хомяков	2009	Потенціал підприємства – це джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути приведеними в дію, використані для вирішення якоїсь задачі, досягнення певної мети.	[179, с. 11]
Я.В. Догадайло	2010	Потенціал підприємства – сукупність ресурсів та їх характеристик, що формують можливості підприємства та забезпечують його розвиток у цільовому напрямку.	[40, с. 183]
І.Н. Карапейчик	2011	Потенціал в економіці - це здатність економічного суб’єкта до певної діяльності, що відображає максимально можливий сукупний результат такої діяльності.	[61]
В.Г. Шинкаренко	2011	Потенціал підприємства – це узагальнююча динамічна характеристика внутрішніх ресурсів підприємства та зусиль щодо їх оптимального використання для досягнення встановлених цілей. При цьому підприємство здійснює пошук прихованих чи перерозподіл наявних зусиль сфери використання ресурсів шляхом їх перетворення та (або) внаслідок саморозвитку з урахуванням зовнішніх обмежень.	[186, с. 56]

1	2	3	4
Г.Р. Кісь	2011	Економічну категорію “потенціал” використовують для відображення взаємозв’язків окремих елементних факторів виробництва (засоби праці, предмети праці, капітал) та відображення їх виробничого споживання і, відповідно, інтенсивності розвитку виробничих сил та виробничих відносин.	[65, с.8]
Н.Я. Марченко	2012	Найбільш точно та повно визначає зміст потенціалу підприємства цільовий підхід, що відображає не тільки здатність підприємства як соціально-економічної системи досягати результатів в її поточному стані, а також сукупність сприятливих можливостей, які є головною умовою ефективного перетворення ресурсів на бажаний результат.	[89, с.5]
Д.М. Кожушко	2013	Потенціал – це комплекс внутрішніх ресурсів та можливостей в діяльності підприємства, які сприяють ефективному функціонуванню суб’єкта економічної діяльності.	[69]
Н.В. Коленда	2013	Поняття „потенціал” означає наявність у визначеного об’єкта можливостей як наявних, так і прихованих, які реалізуються за відповідних умов, а також здатностей діяти у відповідних сферах з метою отримання бажаного результату.	[70, с.112]
Г.М. Тарасюк	2014	<p>Потенціал підприємства – інтегральне відображення (оцінка) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально забезпечуючи, в такий спосіб, досягнення поставлених цілей.</p> <p>Потенціал підприємства – це сукупність кількісних та якісних характеристик елементів (ресурсів) та їх властивостей, що залучаються у виробництво, формують майбутні можливості, в подальшому використовуються і проявляються у господарських процесах.</p>	[170, с. 171, 175]
О.В. Латишева	2017	Потенціал на рівні підприємства визначається існуючими (реальними) можливостями суб’єкту господарської діяльності здійснювати свою діяльність (в різних аспектах) для досягнення певного (запланованого, бажаного) позитивного результату, а „загальний потенціал підприємства складається з втіленої (існуючої) та невтленої частин”	[78, с. 40]

ДОДАТОК В

Трактування поняття “економічний потенціал” дослідниками та науковцями

Автор	Рік	Трактування	Джерело
1	2	3	4
Обсяг виробництва та фінансовий результат			
Р.З. Акбердін	1979	Економічний потенціал – максимально можливий обсяг виробництва найважливіших видів промислової, будівельної, сільськогосподарської та ін. продукції.	[2, с. 62]
Б.М. Мочалов	1982	Економічний потенціал – характеризується об’ємом виробництва матеріальних благ та послуг, які можна досягнути в перспективі, при оптимальному використанні наявних ресурсів.	[45, с.278]
М.В. Бойченко	2004	Економічний потенціал підприємства характеризує максимально можливий обсяг виробництва матеріальних благ і послуг в умовах, що забезпечують найбільш ефективне використання за часом і продуктивністю наявних економічних ресурсів.	[14, с.331]
Ф. І. Євдокімов	2004	Економічний потенціал – сукупна здатність здійснювати виробничу діяльність, спрямовану на досягнення максимально можливого фінансового результату за умови забезпечення високого ступеня фінансової стійкості і платоспроможності.	[46, с. 58]
І.В. Сіменко	2004	Під економічним потенціалом підприємства варто розуміти сукупну здатність підприємства, яка залежить від продуктивних сил даного суб’єкта господарювання, виробляти промислову та сільськогосподарську продукцію, здійснювати будівництво, перевезення вантажів, робити послуги.	[160, с.37]
Б. В.Артем'єв	2010	Під економічним потенціалом підприємства розуміється здатність підприємства отримувати стабільний прибуток упродовж певного часу.	[5, с.8]
Б.Є. Бачевський	2011	Економічний потенціал підприємства - це властивість носія забезпечити отримання максимального рівня стабільного прибутку у прогностному періоді (рік, середній за галуззю строк окупності, середній строк корисного використання, т. і.) за умов найбільш повного використання його існуючого виробничого потенціалу та реалізації потенціалу розвитку, або отримання максимальної ціни продажу з врахуванням вказаних умов.	[8]
І.Н. Карапейчик	2012	Економічний потенціал деякого суб’єкта економіки (економічної системи) - це його здатність до здійснення іманентно властивою даному суб’єкту діяльності, що відбиває максимально можливі результати такої діяльності.	[62, с. 11]

1	2	3	4
Наявні можливості та здібності			
Ф.М. Русінов	1989	Економічний потенціал – це наявні в системі можливості: наявність сучасної технології, устаткування, підготовлених кадрів, сукупність необхідних ресурсів (матеріальних, фінансових, інноваційних, організаційних та ін., що забезпечують функціонування і стратегічний розвиток організації в умовах конкуренції.	[171, с. 33]
І.І. Юнусов	2006	Економічний потенціал підприємства являє собою міру його здібностей, які формуються в результаті взаємодії трудових активів, основних виробничих фондів, оборотних коштів, нематеріальних активів та земельних ресурсів підприємства.	[191]
О.А. Жигунова	2010	Економічний потенціал підприємства - це інтегральна характеристика володіння сукупними здібностями і наявності реальних можливостей (в результаті створення певних умов і (або) виникнення обставин), обумовлених взаємодією зовнішнього і внутрішнього середовища, забезпечувати своє сталий розвиток і досягнення стратегічних цілей на основі раціонального використання системи наявних ресурсів.	[48]
Г.М. Тарасюк	2014	Зміст поняття „економічний потенціал підприємства” полягає в інтегральній оцінці теперішніх і майбутніх можливостей підприємства, як економічної системи, перетворювати наявні ресурси з допомогою притаманних їй персоналу здібностей та навичок в економічні блага, максимально задовольняючи суспільні інтереси з метою досягнення поставлених цілей.	[170, с. 170]
С.В. Карман	2014	Економічний потенціал, як узагальнюючий показник, демонструє співвідношення виробничого потенціалу з факторами зовнішнього середовища та визначає фінансові можливості діяльності економічної системи.	[63, с. 236]
Ю.Ф.Гудзь	2016	Економічний потенціал підприємства – це динамічна здатність підприємства реалізовувати свої можливості щодо здійснення господарської діяльності для досягнення максимального позитивного результату та інноваційного розвитку в нестабільному зовнішньому середовищі.	[33, с. 98]
О.М.Живолуга	2000	Економічний потенціал – це сукупність усіх ресурсів підприємства і здатність персоналу його ефективно використовувати.	[47, с.43]

1	2	3	4
Сукупність ресурсів			
Є.В. Жогліна	2008	Економічний потенціал висловлює сукупну здатність конкретної системи здійснювати виробничо-економічну діяльність (випускати продукцію, товари, послуги, задовольняти запити населення, забезпечувати розвиток виробництва і споживання), яка визначається її природними, матеріальними, фінансовими, трудовими та інтелектуальними ресурсами.	[49, с. 11]
Верхоглядова Н.І.	2013	Економічний потенціал характеризується визначеним набором ресурсів. Дані ресурси повинні бути втягнуті у виробництво або підготовлені до використання в господарській системі. Тобто термін характеризує досягнутий рівень розвитку.	[21, с. 7]
Здатність досягати цілей			
Р.В. Марушков	2000	Під економічним потенціалом підприємства розуміється здатність підприємства забезпечувати своє довгострокове функціонування і досягнення стратегічних цілей на основі використання системи наявних ресурсів.	[88, с. 9]
В.В. Ковальов	2002	Під економічним потенціалом розуміють здатність підприємства досягати поставлені перед ним цілі, використовуючи наявні в нього матеріальні, трудові та фінансові ресурси.	[66]
Л.С.Сосненко	2004	Економічний потенціал – здатність підприємства забезпечувати своє довгострокове функціонування і досягнення стратегічних цілей на основі використання системи наявних ресурсів. Економічний потенціал – сукупність ресурсів і резервів, тобто наявність активів, забезпечених відповідними джерелами фінансування.	[164, с. 20].
К.М. Нужний	2007	Економічний потенціал – сукупна здатність підприємства, використовуючи достатню кількість і якість ресурсів досягати стану рівноваги.	[96]
В.Н.Щепетова	2008	Економічний потенціал – інтегративна (системна) властивість, що характеризує здатність організації досягати поставлених цілей.	[189]
К.А. Мамонов	2009	Економічний потенціал – це пошук сукупності характеристик, показників і властивостей, що дозволяють у достатній мірі описати підприємство й оцінити його можливості по забезпеченню задоволення відповідної суспільної потреби в товарах (послугах) на перспективу і можливості досягнення поставлених цілей.	[87, с.200]
Інші			
С.Г. Струмилін	1954	Економічний потенціал — сукупна виробнича сила праці всіх працездатних членів суспільства.	[167]

1	2	3	4
Р.А. Білоусов	1981	Економічний потенціал – це спроможність господарської системи освоювати, переробляти народне багатство для задоволення суспільних потреб.	[9, с. 3]
А.А. Шевченко	2005	Економічний потенціал не є діяльністю, це скоріше гіпотетична програма, яка ґрунтується на прогнозованих можливостях підприємства. Це оціночний показник, який показує ступінь розвитку суб'єкта господарювання, індикатор його адаптаційної здатності забезпечувати довгострокове функціонування та досягнення стратегічних цілей на основі використання наявних ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових).	[185, с.8]
О.В. Шишкіна	2008	Економічний потенціал підприємства є узагальнюючим показником, що характеризує розвиток продуктивних сил та виробничих й невиробничих відносин, виступає основою для прийняття управлінських рішень; залежить від оптимального поєднання ресурсів певної кількості та якості, які залучені у господарську діяльність, рівня організації виробництва і праці, ефективності системи управління підприємством.	[187]
Г.Р. Кісь	2011	Економічний потенціал є відображенням соціальних наслідків розвитку як економічної системи у цілому, так і її окремих суб'єктів та підприємств.	[65, с.8]
Д.В. Гусельников	2014	Економічний потенціал будівельного підприємства – це сукупні здатності формувати, визначати і задовольняти потреби ринку в готовій будівельній продукції (послугах) у процесі оптимальної взаємодії із зовнішнім середовищем і забезпечувати своє стійке довготривалий розвиток на основі ефективного використання наявних ресурсів.	[36, с. 45]

Ієрархічна структура поняття „фінансово-економічний потенціал”

		Економічний потенціал		Фінансово-економічний потенціал
		Виробничий потенціал	Дії факторів зовнішнього середовища (коливання ринкової кон'юнктури) і здатності підприємця їх прогнозувати	Дії факторів зовнішнього середовища (податкова система країни, грошово-кредитна та валютна політика держави, науково-технологічний прогрес, конкуренція на ринку) і здатності підприємця їх прогнозувати
		Ресурсний потенціал	Дії факторів внутрішнього середовища (рівень організації та технологія виробництва)	Дії факторів внутрішнього середовища (кредитоспроможність, ліквідність, інвестиційна політика підприємства, тип інвестиційного портфелю, обсяг фінансових резервів, інноваційна діяльність)
Формується в результаті	Вибору підприємця	Вибору підприємця	Вибору підприємця	Вибору підприємця, акціонерів та інвесторів
Реалізується в	Наборі можливих комбінацій (способів застосування)	Певній кількості і якості готової продукції	Доході (прибутку) підприємця	Доході (прибутку) підприємця
Проявляється через	Потенційні можливості використання ресурсів	Потенційні можливості створення продукту (блага)	Потенційні можливості досягнення (отримання) кінцевого фінансового результату	Потенційні можливості отримання максимально можливого фінансового результату та вибір сфер його інвестування

Джерело: удосконалено автором на основі [12]

ДОДАТОК Д

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії, розділи у монографіях:

1. Повержук У.-Ю.М. Економічна сутність та форми функціонування фінансово-економічного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. Оцінка розвитку хлібопекарської промисловості в контексті формування валової доданої вартості областей України. *Особливості управління підприємствами в умовах глобальних викликів* / за заг. ред. О. В. Зибаревої. Чернівці, 2016. С.29-45. (0,93 д.а.), С. 221-227. (0,44 д.а.).

Статті у наукових фахових виданнях:

2. Повержук У.-Ю.М. Дослідження наукових підходів до розуміння сутності понять „потенціал” та „економічний потенціал” підприємства. *Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки*. 2015. Вип. 1 (28). С. 177-184. (0,40 д.а.).

3. Повержук У.-Ю.М. Дослідження науково-методичних підходів та форм оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2016. т. 21. Вип. 6 (48). С. 95-98. (0,47 д.а.).

4. Повержук У.-Ю.М. Оцінка розвитку хлібопекарської промисловості в контексті формування валової доданої вартості областей України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 9. С.129-132. (0,56 д.а.). **(включено до міжнародної наукометричної бази: *Index Copernicus*)**.

5. Повержук У.-Ю.М. Управління підприємствами хлібопекарської галузі в умовах невизначеності ринку. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. №3 (11). С. 94-99. (0,70 д.а.) **(включено до міжнародної наукометричної бази: *Index Copernicus*)**.

6. Повержук У.-Ю.М. Побудова моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства залежно від ринкових факторів. *Економічний вісник*

Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 5 (11). Ч.2. С. 10-14. (0,58 д.а.).

7. Повержук У.-Ю.М., Зибарева О.В., Шилепницький П.І. Комплексний підхід до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства. *Вісник ЧТЕІ. Економічні науки*. 2018. Вип. I-II (69-70). С. 100-106. (загальний обсяг – 0,81 д.а., особистий внесок – 0,70 д.а.: розроблено моделі оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства) **(включено до міжнародної наукометричної бази: Index Copernicus)**.

8. Повержук У.-Ю.М. Концептуальні засади побудови стратегії формування та розвитку фінансово-економічного потенціалу підприємства *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 20. URL: <http://www.maket-infr.od.ua/uk/20-2018> (дата звернення: 20.09.2018) (0,70 д.а.) **(включено до міжнародної наукометричної бази: Index Copernicus)**.

Статті у інших виданнях:

9. Повержук Ю.М., Скляр Є.В., Баєва І.І. Сучасні тенденції та регіональні особливості інвестиційної діяльності підприємств Чернівецької області. *Аспекти прогнозування економічного та соціального розвитку країн*. 2013. Ч.2. С. 77-81. (загальний обсяг – 0,29 д.а., особистий внесок – 0,20 д.а.: визначено особливості інвестиційної діяльності підприємств Чернівецької області).

10. Повержук Ю. М., Лисенко Ж. П. Вітчизняні та зарубіжні методичні підходи до діагностики банкрутства підприємств. *Проблеми інноваційного розвитку економіки України*. 2014. Ч.2. С. 195-199. (загальний обсяг – 0,29 д.а., особистий внесок – 0,20 д.а.: узагальнено методичні підходи до діагностики банкрутства підприємств).

11. Повержук Ю. М., Юрій Е. О. Оцінка та напрями покращення фінансового стану підприємств України. *Кримський економічний вісник*. 2014. №1 (08). Ч.2. С. 130-132. (загальний обсяг – 0,47 д.а., особистий внесок – 0,40 д.а.: розкрито напрями покращення фінансового стану підприємств України).

Матеріали доповідей на науково-практичних конференціях:

12. Повержук Ю. М., Корбутяк А. Г. Сутність і значення інтегральної оцінки фінансового стану підприємства. *Механізми регулювання соціально-економічним розвитком в умовах глобалізації*: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. мол. вчених та студ., 21 бер. 2014 р. Чернівці: Технодрук, 2014. С. 272-275. (0,23 д.а.).

13. Повержук У.-Ю.М. Структура економічного потенціалу підприємства. *Економіка і менеджмент 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку*: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 23-24 квіт. 2015 р.: у 9 т. Дніпропетровськ: Біла К.О., 2015. Т.4. С. 53-55. (0,17 д.а.).

14. Повержук У.-Ю.М. Проблема використання поняття „потенціал підприємства” в іноземній економічній літературі. *Національне виробництво й економіка в умовах реформування: стан і перспективи інноваційного розвитку та міжрегіональної інтеграції*: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 30 жовт. 2015 р., м. Кам'янець-Подільський. Тернопіль: Крок, 2015. С. 289-292. (0,28 д.а.).

15. Повержук У.-Ю.М., Зибарева О.В. Фактори впливу на формування фінансово-економічного потенціалу підприємства. *Прогнозування економічного та соціального розвитку національної економіки*: матеріали доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., 22 квіт. 2016 р. Запоріжжя: Гельветика, 2016. С. 93-96. (0,23 д.а.).

16. Повержук У.-Ю.М. Оцінка конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі України. *Конкурентоспроможність національної економіки: показники, фактори впливу та шляхи підвищення*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 30 вересня 2016 р. Київ: Київський економічний науковий центр, 2016. С. 75-79. (0,23 д.а.).

17. Повержук У.-Ю.М. Стратегії розвитку фінансово-економічного потенціалу хлібопекарських підприємств. *Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці*: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 19 жовт. 2017 р. Полтава: ПУЕТ, 2017. С. 85-87. (0,17 д.а.).

18. Повержук У.-Ю.М. Ризики діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання. *Економічне зростання: стратегія, напрями і пріоритети*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 22-23 вересня 2017 р. Запоріжжя: Східноукраїнський інститут економіки та управління, 2017. – С. 11-13. (0,17 д.а.).

ДОДАТОК Е

Основні положення, результати, висновки та пропозиції роботи оприлюднені на наукових і науково-практичних конференціях: „Економіка і менеджмент 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку” (м. Дніпропетровськ, 23-24 квітня 2015 року), „Національне виробництво й економіка в умовах реформування: стан і перспективи інноваційного розвитку та міжрегіональної інтеграції” (м. Кам'янець-Подільський, 30 жовтня 2015 року), „Прогнозування економічного та соціального розвитку національної економіки” (м. Запоріжжя, 22 квітня 2016 року), „Конкурентоспроможність національної економіки: показники, фактори впливу та шляхи підвищення” (м. Київ, 30 вересня 2016 року), „Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці” (м. Полтава, 19 жовтня 2017 року), „Економічне зростання: стратегія, напрями і пріоритети” (м. Запоріжжя, 22-23 вересня 2017 року).