

Міністерство освіти і науки України
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет – Економіки, бізнесу і контролю
Кафедра – Економіки промисловості
Ступінь вищої освіти – другий (магістр)
Спеціальність – Економіка підприємства
Освітня програма – Економіка підприємства



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

**на тему: «Діагностика виробничо-господарської діяльності
підприємств консервної галузі України»**

ШИФР КРМ.ЕП.1.938-03.2.4

Здобувач Дзюбак В.С.

Керівник доц. Фрум О.Л.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від «12» грудня 2023 р., протокол №7

Завідувач кафедри економіки промисловості _____ проф. Павлов О.І.

Одеса – 2023 рік

**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І
МЕНЕДЖМЕНТУ ім. Г.Е. Вейнштейна**

Факультет – Економіки, бізнесу і контролю
Кафедра – Економіки промисловості
Ступінь вищої освіти – другий (магістр)
Спеціальність – Економіка підприємства
Освітня програма – Економіка підприємства

ЗАТВЕРДЖУЮ
Зав. кафедри
економіки промисловості
професор Павлов О.І.

«___» _____ 2023 р.

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА
Дзюбак Владислави Сергіївни

1. Тема роботи: **«Діагностика виробничо-господарської діяльності підприємств консервної галузі України»**

затверджена наказом **від 05 грудня 2022 р. наказ №938-03**

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи **06 грудня 2023 р.**

3. Вихідні дані до роботи: статистична фінансова звітність роботи підприємств АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» та ПАТ «Житомирський консервний завод» за 2011-2021 роки (у зв'язку із введенням в Україні воєнного стану інформація за 2022-2023 рік роки не опублікована); історія підприємств, наукові статті, монографії та інші публікації за темою аналізу та діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств, інформація з мережі Інтернет.

4. Перелік питань, які потрібно розробити: 1. Теоретико-методичні основи діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств. 2. Діагностика ділового середовища діяльності підприємств консервної галузі України. 3. Практичне застосування методів діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств в управлінні підприємствами консервної галузі України. 5. Перелік графічного матеріалу: 1. Мета, завдання, об'єкт і предмет дослідження. 2. Види діагностики за метою застосування та сутністю процедури. 3. Види діагностики за класифікаційними ознаками. 4. Показники факторного аналізу моделлю DuPont АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування». 5. аналіз фінансової стійкості АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування». 6. Показники

факторного аналізу за моделлю DuPont ПАТ «Житомирський консервний завод». 7. Оцінка фінансової стійкості ПАТ «Житомирський консервний завод». 8. Види управлінських рішень за результатами діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств. 9. Результат діагностики виробничо-господарської діяльності підприємства.

6. Консультанти по роботі із зазначенням розділів роботи, що стосуються їх:

Розділ	Консультант (вчене звання, П.І.П.)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

2. Дата видачі завдання 31 серпня 2023 р.

Керівник _____ доц. Фрум О.Л.

Завдання прийняв до виконання _____ Дзюбак В.С.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№п/п	Назва етапів випускної роботи	Термін виконання етапів роботи
1.	Робота з літературними джерелами та розробка теоретичної частини випускної роботи	05.09.2023р. – 29.09.2023р.
2.	Збирання та обробка статистичних даних про результати управління в Одеської області	30.09.2023р. – 10.10.2023р.
3.	Виконання основної частини кваліфікаційної роботи	11.10.2023р. – 21.11.2023р.
4.	Оформлення кваліфікаційної роботи	22.11.2023р. – 04.12.2023р.
5.	Надання кваліфікаційної роботи на кафедру	06.12.2023р.

Здобувач _____ Дзюбак В.С.

Керівник роботи _____ доц. Фрум О.Л.

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач _____ Дзюбак В.С.

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота магістра містить 113 сторінок, 23 таблиці, 5 рисунків, список використаних джерел з 56 найменувань, 9 додатків.

Метою виконання роботи є проведення діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств консервної галузі України.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження є методика діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств консервної галузі України.

Предметом дослідження є методи діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств консервної галузі України.

Завданням роботи передбачено:

- розглянути засади діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств;
- провести діагностику ділового середовища діяльності підприємств консервної галузі України;
- застосувати на практиці методи діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств в управлінні підприємствами консервної галузі України.

За результатами роботи сформульовано висновки та пропозиції із застосування методів діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств в управлінні підприємствами консервної галузі України.

Одержані результати можуть бути використанні у практичній діяльності підприємств консервної галузі України.

Рік виконання роботи 2023.

Рік захисту роботи 2023.

ABSTRACT

The master's thesis contains 113 pages, 23 tables, 5 figures, a list of used sources with 56 names, 9 appendices.

The purpose of the work is to diagnose the production and economic activity of the enterprises of the canning industry of Ukraine.

The object of analysis, generalizations and research is the method of diagnosing the production and economic activity of the enterprises of the canning industry of Ukraine.

The subject of the study is the methods of diagnosing the production and economic activity of enterprises of the canning industry of Ukraine.

The tasks include:

- consider the principles of diagnostics of production and economic activity of enterprises;
- carry out a diagnosis of the business environment activity of enterprises of the canning industry of Ukraine;
- apply in practice the methods of diagnosing the production and economic activity of enterprises in the management of enterprises of the canning industry of Ukraine.

Based on the results of the work, conclusions and suggestions on the application of diagnostic methods of production and economic activity of enterprises in the management of enterprises of the canning industry of Ukraine were formulated.

The obtained results can be used in the practical activities of enterprises of the canning industry of Ukraine.

The year of performance is 2023.

The year of job protection is 2023.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДІАГНОСТИКИ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	11
1.1. Теоретичні основи діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств	11
1.2. Методичні підходи до діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств	17
1.3. Діагностика виробничо-господарської діяльності як складова управління діяльністю підприємств	23
Висновок за розділом 1	27
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ДІЛОВОГО СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНСЕРВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	29
2.1. Аналіз методів діагностики стану підприємств	29
2.2. Діагностика зовнішнього середовища підприємств консервної галузі України	39
2.3. Діагностика результатів управління підприємств консервної галузі України	44
Висновок за розділом 2	48
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ДІАГНОСТИКИ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ КОНСЕРВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	51
3.1. Діагностика виробничо-господарської діяльності АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування»	51
3.2. Діагностика виробничо-господарської діяльності ПАТ «Житомирський консервний завод»	62

3.3. Практичне застосування результатів діагностики в управлінні виробничо-господарською діяльністю підприємств консервної галузі на прикладі ПАТ «Житомирський консервний завод»	69
Висновок за розділом 3	82
ВИСНОВКИ	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	96
Додатки	103

ВСТУП

Актуальність теми. В Україні сьогодні склалася нестабільна економічна ситуація, створення якої пов'язано з трансформаційними процесами євроінтеграції, кризою, викликану російською агресією, скороченням доходів населення та кількості споживачів. У цих умовах для підприємств країни важливим слід вважати визначення основних напрямів підвищення ефективності виробництва, удосконалення виробничої діяльності. Для розроблення стратегій, що спрямовані на подальший розвиток та позитивні зміни в діяльності будь-якого виробництва, необхідно проведення оцінки фінансового стану підприємства, економічної діагностики щодо його виробничо-господарської діяльності, оцінка потенціалу та виробничих ресурсів, розрахунок ключових показників ефективності.

У сучасних умовах господарювання для підвищення результатів діяльності суб'єкта господарювання, тобто його прибутковості, фінансової стабільності та конкурентоспроможності, необхідно постійно контролювати всі аспекти діяльності. Проведення діагностики діяльності суб'єкта господарювання дасть змогу відстежити певні недоліки, запобігти їх розвитку та забезпечити підприємству стабільне функціонування.

Сутність діагностики діяльності суб'єкта господарювання полягає у визначенні та вивченні ознак, вимірюванні основних характеристик, що відображають стан технічних систем, економіки та фінансів суб'єкта господарювання, задля попередження можливих відхилень від сталих значень діяльності та запобігання порушень нормального режиму роботи.

Студентка	Дзюбак В.С.			КРМ.ЕП.1.938-03.2.4			
				Текстова частина	Стад		Стор.
						8	110
Керівник	Фрум О.Л.				ОНТУ		
Зав.каф.	Павлов О.І.						

Діагностика в системі управління підприємством покликана насамперед сформувати структурований інформаційний масив даних як базу для прийняття та оптимізації управлінських рішень щодо діяльності підприємства. При цьому набуває особливої важливості якість, достовірність, повнота та адекватність діагностичної інформації, адже системність охоплення внутрішнього та зовнішнього середовища при дослідженні функціонування підприємства дає змогу забезпечити високий рівень отриманих результатів.

Теоретико-методичні засади діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств розглянуто вітчизняними та закордонними вченими. Зокрема це Г.О. Швидненко, О.І. Олексик, А.І. Муравйов, А.П. Градov, В.І. Кузін, Н.Г. Данілочкіна, О.О. Гетьман, В.М. Шаповал, Е.М. Коротков, А.А. Беляєв, Д.В. Валовий, А.С. Вартанов, І.Г. Сокиринська, З.Н. Соколовська, М.М. Глазов, В.А. Верба, Т.І. Решетняк, А.Є. Воронков, Л.А. Костирко, Н.М. Євдокимов, А.В. Кирієнко, Н.В. Родіонов.

Однак, ці дослідження висвітлюють більш теоретичний аспект питання. Практичні дослідження застосування методів діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств консервній галузі України проводяться недостатнім чином.

Тому поглиблене дослідження застосування методів діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств на прикладі підприємств консервній галузі України мають як наукове, так і практичне значення.

Мета дослідження. Метою дослідження є проведення діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств консервної галузі України.

Завдання дослідження. Відповідно до поставленої мети були визначені такі завдання:

- розглянути засади діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств;
- провести діагностику ділового середовища виробничо-господарської

діяльності підприємств консервної галузі України;

– застосувати на практиці методи діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств в управлінні підприємствами консервної галузі України.

Об’єктом дослідження є методика діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств консервної галузі України.

Предметом дослідження є методи діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств консервної галузі України.

Методи дослідження. Для проведення дослідження використано абстрактно-логічний та економіко-статистичний методи, методи структурного та динамічного аналізу, методи ретроспективного аналізу та перспективного аналізу на основі економіко-математичного моделювання.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в поглибленні теоретико-методичних положень і розробці практичних рекомендацій із застосування діагностики підприємств консервної галузі України.

До основного наукового результату, який становить особистий внесок автора в розробку досліджуваної проблеми, належить такий:

– отримало подальший розвиток застосування методів діагностики в консервній галузі України.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дослідження були представлені та отримали схвалення на XI міжнародної науково-практичної конференції «Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття» (Одеса. 17–18 жовтня 2023 р.).

Публікації. За результатами кваліфікаційної роботи опубліковано 1 наукова праця загальним обсягом 0,2 д.а., з них 0,1 д.а. належить особисто автору.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДІАГНОСТИКИ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

1.1 Теоретичні основи діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств

Діагностика не є чимось новим в розвитку економіки вітчизняних підприємств. Від визначення і оцінки стану функціонування суб'єктів економічного процесу залежить розробка комплексу профілактичних заходів, рекомендацій і процедур, спрямованих на поліпшення цього стану або попередження несприятливих для його функціонування ситуацій і подій у невизначеному ринковому середовищі. Тобто економічна діагностика повинна виступати як обґрунтована та достовірна процедура, від якої залежить подальший напрям дій суб'єкта господарювання. Будь-який невірний зроблений діагностичний висновок може звести нанівець усі зусилля і сподівання підприємства на ринку в пошуку стабільності чи кращих перспектив розвитку.

Від визначення та оцінювання стану функціонування суб'єктів економічного процесу залежить розроблення комплексу профілактичних заходів, рекомендацій та процедур, спрямованих на поліпшення цього стану або попередження несприятливих для його функціонування ситуацій та подій у невизначеному ринковому середовищі. Тобто економічна діагностика повинна виступати як обґрунтована та достовірна процедура, від якої залежить подальший напрям дій суб'єкта господарювання. Будь-який неправильно зроблений діагностичний висновок може звести нанівець усі зусилля та сподівання підприємства на ринку щодо пошуку стабільності чи кращих перспектив розвитку [1].

Термін «діагностика» запозичений з грецької мови та в перекладі

означає розпізнавання й визначення. Вживаючи цей термін, люди мають на увазі констатацію результатів дослідження суб'єкта господарювання, висновки за цими результатами на підставі показників, нормативів, характеристик тощо.

Діагностика підприємства нами розглядається як процес розпізнавання і виявлення на основі визначених ознак (ключових оціночних показників, вивчення окремих результатів, неповної інформації) проблем у функціонуванні об'єкта з метою оцінки наявних тенденцій і виявлення можливих перспектив його розвитку та аналіз варіантів найкращого вирішення виявлених проблем [1].

Частина дослідників взагалі ототожнює діагностику з аналізом (економічним або фінансовим), не виділяючи спеціальних функцій та задач власне діагностики як окремого етапу управління. Зокрема, Г.О. Швиданенко та О.І. Олексик, розглядаючи фінансову діагностику, акцентують увагу на фінансово-економічному аналізі діяльності підприємства. Автори вважають, що система діагностики базується на використанні алгоритмів, технологій, методів та показників економічного аналізу, тобто «економічна діагностика» та «економічний аналіз» є тотожними поняттями [2, с. 25].

Тобто автор акцентує увагу лише на економічному аналізі але це не розкриває повністю зміст діагностики, її потенційні можливості як складової управління діяльністю підприємства. Подібними є трактування діагностики, надані іншими авторами. Зокрема, як метод аналізу діагностику розглядає І.Д. Фаріон: «діагностика – це метод аналізу стану внутрішнього середовища організації, встановлення проблем, які спричиняють відхилення та деформації об'єкта від норми чи цілі, виявлення потенційно сильних та слабких сторін, що впливають на формування та реалізацію ефективної стратегії організації» [3, с. 8-9].

Досить цікавою щодо призначення діагностики є позиція таких

дослідників, як О.О. Гетьман і В.М. Шаповал: «діагностика як спосіб розпізнавання соціально-економічної системи за допомогою реалізації комплексу дослідницьких процедур і виявлення в них слабких ланок відноситься до методів непрямих досліджень» [4, с. 9].

Багато дослідників не враховують, що на відміну від економічного аналізу, який спрямований на вивчення динаміки економічних показників, діагностика дає змогу ще й виявляти структуру зв'язків між цими показниками, щільність та динаміку цих зв'язків.

Основними завданнями економічної діагностики є системне оцінювання результативності господарської діяльності за кілька періодів; виявлення факторів, які позитивно чи негативно вплинули на неї; визначення реальної фінансової стійкості підприємства загалом чи аспектів його платоспроможності, кредитоспроможності, інвестиційної привабливості зокрема.

Розширюють межі діагностики та акцентують увагу на взаємозв'язку проблем підприємства В.А. Верба та Т.І. Решетняк. Дослідники розглядають діагностику як «процес детального та поглибленого аналізу проблем, виявлення факторів, що впливають на них, підготовки всієї необхідної інформації для прийняття рішення, а також виявлення головних аспектів взаємозв'язку між проблемами, загальними цілями та результатами діяльності підприємства» [5, с. 27].

З визначенням «аналіз виробничої (управлінської) діяльності» ототожнює діагностику А.Є. Воронкової, хоча вона виділяє задачі діагностики як набагато ширші за ті, що вирішує аналіз: основне завдання полягає в тому, щоб «оцінити можливі наслідки управлінських рішень з точки зору ефективності системи загалом». Водночас зазначено, що діагностика діяльності підприємства спрямована «на встановлення й вивчення ознак, оцінку стану організаційної системи й виявлення проблем ефективного функціонування й розвитку організації, формування шляхів її

рішення» [6, с. 42].

Л.А. Костирко в монографії зазначає, що «на сучасному етапі сформувалось чотири напрями концепції діагностики: аналітична, інформаційна, антикризова, консультаційно-дорадча» [7, с. 8]. Хоча надалі науковець розглядає ще два різновиди діагностики, а саме дослідницьку та управлінську. Інші науковці акцентують увагу на прогнозуванні після оцінювання стану діяльності підприємства, що вже відрізняє діагностику від звичайного аналізу. Зокрема, на думку Н.М. Євдокимова та А.В. Кирієнка, «підсумком діагностування є підготовка висновків про нинішній стан об'єкта і прогноз його змін у майбутньому» [8, с. 13].

Вони розглядають шість класифікаційних ознак економічної діагностики:

- рівень досліджуваного об'єкта;
- часовий діапазон дослідження;
- періодичність проведення;
- тематика й розуміння проблеми;
- цільова спрямованість;
- суб'єкти здійснення.

Отже враховуючи викладене вище економічна діагностика підприємства передбачає проведення аналізу та оцінки фінансово-економічних показників роботи підприємства на основі вивчення окремих результатів й внутрішньої і зовнішньої інформації з метою виявлення та усунення небажаних змін, на підставі прийняття ефективних управлінських рішень та визначення перспектив подальшого розвитку.

Коло завдань, що вирішується в ході діагностики, досить широке, що у свою чергу свідчить про існування великої кількості різновидів економічної діагностики, які на сьогодні класифікуються за багатьма ознаками (табл. 1.1). Поєднання різних видів діагностик дозволить найбільш отримати повну та реальну інформацію про стан підприємства.

Таблиця 1.1

Класифікація різновидів діагностики за певними ознаками*

Класифікаційна ознака	Різновиди діагностики підприємства
Мета та охоплення об'єкта дослідження	• експрес-діагностика; • комплексна (загальна) бізнес-діагностика підприємства; • внутрішньо корпоративна діагностика
Характер дослідження	• етіологічна діагностика; • симптоматична діагностика
Суб'єкт здійснення	• внутрішньо корпоративна; • зовнішня
Розробник та обов'язковість використання методики	• офіційна; • авторська
Функціональна сфера дослідження	• економічна діагностика; • технічна діагностика; • юридична діагностика; • маркетингова діагностика; • управлінська діагностика тощо
Частота здійснення	• регулярна; • епізодична

* Складено автором за [9, с. 55; 10; 11, с. 82]

Предметом діагностики є дослідний, пошуковий чи пізнавальний процеси, кількісна характеристика та якісна ідентифікація стану об'єкту управління [4, с. 94].

Об'єктом діагностики виступає об'єкт управління (підприємство, галузь, регіон, країна тощо) як цілісна високоорганізована система з усіма її функціональними підсистемами (елементами системи). Далі основним об'єктом діагностики будемо розглядати підприємство як основу економічної системи економіки країни в цілому.

Метою діагностики є надання необхідних знань для прийняття рішення суб'єкту управління про використання різноманітного методологічного апарату та інструментарію для визначення стану об'єкта управління у невизначеному середовищі функціонування та розробку комплексу заходів, спрямованих на поліпшення цього стану.

Мета економічної діагностики – вивчення економічного стану, проблем, що мають місце в організації, виявлення факторів і сил, що впливають на певні проблеми, підготовка необхідної інформації для подальшого планування та успішного подолання проблем [12, с. 76].

Діагностика виконує три функції:

- 1) оціночну (визначення стану функціонування об'єкта управління);
- 2) діагностичну (виявлення можливих змін стану об'єкта); пошукову (визначення можливих заходів
- 3) покращення або відновлення стану суб'єкта управління).

З огляду на це перед економічною діагностикою постає низка завдань, які потребують вирішення:

- визначення закономірностей і тенденцій розвитку економічних систем макрорівня;
- оцінка стану підприємства в умовах обмеженої інформації;
- оцінка режиму функціонування, його ефективність і на цій основі стабільність роботи підприємства;
- пошук можливих варіантів економічної діагностики, виходячи з існуючої та перспективної структури зв'язків між показниками, які характеризують діяльність підприємства;
- оцінка можливих наслідків рішень управління, які пов'язані з динамікою та структурою виробництва, політикою цін, конкуренцією тощо, з точки зору ефективності виробництва, фінансового стану та платоспроможності підприємства [13].

На основі перелічених завдань варто окреслити базові принципи проведення діагностики, зокрема:

- інтегрованість у загальну систему аналізу;
- науковий характер досліджень;
- комплексність;
- системність;

- об'єктивність;
- конкретність;
- точність;
- активність;
- своєчасність;
- ефективність.

1.2 Методичні підходи до діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств

Переважний підхід до управління як антикризового визначає й відповідні методи виявлення криз. Наближення кризи визначається за двома типами ознак, на основі яких можна виділити стадії неблагополуччя: економічні, що характеризуються недоодержанням прибутку, наявністю збитків, і фінансові, що проявляються в неплатоспроможності підприємства.

Точність і вірогідність діагностики безпосередньо залежить від вибору методів і способів діагностування. Для досягнення мети дослідження розглянемо методи і способи діагностики різних аспектів діяльності підприємства.

Діагностика функціональна за своєю сутністю, її призначення – всебічне вивчення будь-якого аспекту життєдіяльності підприємства. У зв'язку з її широкою спрямованістю не існує єдиного підходу до вибору методу діагностики. Вибір залежить від багатьох факторів: мети та характеру діагностики, особливостей об'єкта діагностики, його галузевої приналежності, принципів кредитування, структури джерел засобів, що склалася, оборотності оборотних коштів, репутації підприємства та ін., тому і методичні підходи до діагностики повинні бути індивідуальними.

Розходження інтересів окремих груп користувачів інформації визначають розмаїтість цілей та методів оцінки. Отже, функціональна

спрямованість і вибір методу діагностики залежать і від сфери інтересів суб'єкта діагностики. Множинність цілей діагностики спричиняє застосовується безлічі методів діагностики (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Характеристика методів діагностики

Назва групи методів	Сфера застосування	Методи аналізу
Експертні методи	Діагностика стану об'єкта для прогнозування варіантів розвитку. Основа техніко-економічного аналізу. Прийняття рішень у управлінні.	Діагностика об'єктів, розвиток яких повністю або частково не піддається предметному опису чи математичній формалізації. Діагностика в умовах відсутності досить представницької й достовірної статистики за характеристиками об'єкта. Діагностика в умовах великої невизначеності середовища функціонування об'єкта, ринкового середовища. Діагностика у випадках, коли час або засоби, що виділено на прогнозування й прийняття рішень, не дозволяють досліджувати проблему із застосуванням формальних моделей. Діагностика у випадках, коли відсутні необхідні технічні засоби моделювання. Діагностика в екстремальних ситуаціях.
Статистичний аналіз	Діагностика фінансово-господарської діяльності підприємства	Методи математичної статистики. Методи теорії ймовірностей. Теорія масового обслуговування. Метод статистичних випробувань. Методи статистичного імітаційного моделювання.
Факторний аналіз	Виявлення генеральних, головних факторів, що визначають основні результати діяльності підприємства, яке аналізується. Багатомірне статистичне дослідження ряду факторів, що мають як негативний, так і позитивний вплив на результати діяльності підприємства.	Аналіз головних компонентів. Метод головних факторів. Факторний аналіз образів (загальності дорівнюють квадрату КМК). Метод незважених найменших квадратів. Узагальнений метод найменших квадратів. Метод максимальної правдоподібності.
Методи дослідження операцій	Завдання розподілу ресурсів. Завдання ремонту й заміни встаткування. Завдання управління	Теорія ігор і прийняття рішень. Теорія нечітких множин. Математичне програмування. Лінійне програмування.

Назва групи методів	Сфера застосування	Методи аналізу
	запасами. Завдання сіткового планування складних проектів. Завдання вибору маршруту. Завдання масового обслуговування. Завдання впорядкування	Мережне моделювання (теорія графів). Цільове програмування. Цілочисленне лінійне програмування. Динамічне програмування. Теорія ймовірностей. Моделювання й прогнозування часових рядів. Сіткове планування й управління.
Графічні методи	Моделювання процесів управління. Виявлення й раціоналізація взаємозв'язків між різними факторами. Визначення розрахункових показників і нормативів. Контроль, облік, угруповання й класифікація господарських операцій.	Графіки ілюстративно-інформаційні, оперативні, аналітичні й розрахункові.
Методи математичного програмування	Екстремальні завдання, що часто зустрічаються в економіці.	Лінійне програмування. Нелінійне програмування. Динамічне програмування. Статистичне програмування. Цілочисленне програмування.
Економіко-математичне моделювання	Виявлення особливостей функціонування економічного об'єкта для передбачення майбутнього поведіння об'єкта при зміні будь-яких параметрів.	Макро- і мікроекономічне, теоретичне, прикладне, оптимізаційне, рівноважне, статичне, динамічне моделювання.
Методи рейтингової оцінки	Оцінка кризового стану підприємства	Рейтингова оцінка за рівнем платоспроможності. Рейтингова оцінка за коефіцієнтами ліквідності й фінансової стійкості, за рентабельністю, по виконанню «золотого правила економіки».

* Складено автором за [14; 15, с. 123-124]

Виявлення ознак наближення кризи дозволяє вчасно вжити заходів, які спрямовані на пом'якшення його наслідків, тому є одним із основних завдань фінансового аналізу. Однак погіршення фінансових показників може бути наслідком загострення протиріч, хоч його причина перебуває в зовсім іншій сфері діяльності підприємства.

У сучасних дослідженнях питання діагностики банкрутства розкриті найбільш широко, що пояснюється складністю перехідного періоду України

до ринкової економіки й величезну кількість підприємств, що опинилися на грані банкрутства. Крім того, створена законодавча база, що розвивається, потребує розробки методичної основи для визначення потенційних і реальних банкрутів.

Аналітичний апарат діагностики ймовірності банкрутства заснований на застосуванні різних методичних підходів:

- 1) трендового аналізу із широким набором показників;
- 2) методів із обмеженим колом показників;
- 3) інтегральних показників;
- 4) рейтингових оцінок;
- 5) факторних, регресійних і дискримінантних моделей.

На сьогодні регулювання й діагностика кризових процесів на підприємствах України здійснюється на основі таких нормативних актів і методичних розробок:

- 1) Цивільний кодекс України [16];
- 2) Господарський кодекс України [17];
- 3) «Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану неплатоспроможних підприємств і організацій», затверджена Наказом Агентства з питань запобігання банкрутства підприємств і організацій 27.06.1997 р. № 81 [18];
- 4) «Методичні рекомендації з виявлення ознак неплатоспроможності підприємства й ознак дій до приховання банкрутства, фіктивного банкрутства або доведення до банкрутства», затверджені Наказом Міністерства економіки України 19.01.2006 р. №14 [19];
- 5) «Методика аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектора економіки», затверджена Наказом Міністерства фінансів України 14.02.2006 № 170 [20].

У вітчизняній практиці при діагностиці неспроможності підприємства використовується методика, заснована на застосуванні обмеженого кола

фінансових показників, що рекомендована Міністерством економіки України [21].

Однак ця методика має ряд недоліків:

- відсутність кількісних показників (крім відхилень від необхідних нормативів);
- відсутність можливості встановлення джерел проблеми й їхнього оперативного усунення.

На основі дослідження законодавчих і нормативних актів автором були зроблені такі висновки:

- 1) антикризове законодавство регулює тільки відносини з приводу неспроможності боржника, а також процедури санації й банкрутства;
- 2) нормативні акти містять рекомендації з розробки оперативних планів фінансового оздоровлення;
- 3) кризове управління підприємством найчастіше є реакцією на кризу що вже настала, тому і методи управління обмежуються відновленням платоспроможності або проведенням процедур санації та банкрутства.

Методичний апарат розроблений для управління підприємством, що перебуває в стані кризи (криза вже настала або підприємство перебуває в критичному передкризовому стані). Тут йдеться про окремий випадок державного регулювання кризових процесів на підприємстві, при якому можливе застосування мінімального набору методів виходу з кризи, що вже настала. Відповідно й можливий вибір стратегій у цьому випадку невеликий – виживання, скорочення, ліквідація. У розглянутих законодавчих актах не враховується та обставина, що стратегічне й оперативне планування взаємозалежні, та здійснювати одне у відриві від іншого недоцільно й неефективно. Саме стратегічне планування дозволяє усунути негативний ефект невизначеності й мінливості зовнішнього середовища функціонування фірми, зосередити увагу на головних завданнях виходу з кризи з мінімальними втратами [22].

Окрему групу методів діагностики становлять методи визначення ймовірності банкрутства.

Основними методами фінансової діагностики в антикризовому управлінні є інтегральні дискримінантні моделі оцінки ймовірності банкрутства.

Ці методики представлені такими моделями:

- 1) оцінка ймовірності банкрутства на основі Z - рахунку Альтмана;
- 2) модель Р. Ліса для оцінки фінансового стану;
- 3) оцінка фінансового стану за показниками У. Бівера;
- 4) модель Г. Спрінгейта;
- 5) прогнозна модель Таффлера;
- 6) модель Фулмера;
- 7) модель Ж. Лего;
- 8) показник кризи управління Аргенті (А-Рахунок);
- 9) метод Скоуна [21].
- 10) модель Р.С. Сайфуліна й Г.Г. Кадикова;
- 11) модель А.М. Федотової;
- 12) модель О.П. Зайцевої;
- 13) модель консалтингової групи «Воронов і Максимов» (прогнозування банкрутства, що базується на «нечітких множинах») [23].

Як видно з проведеного огляду методів діагностики, економічна наука надає уменеджменту підприємств достатньо достатньо потужне методичне забезпечення для проведення діагностики стану підприємств за бажаними цілями, об'єктами, моделями.

1.3 Діагностика виробничо-господарської діяльності як складова управління діяльністю підприємств

Діагностика – це не одноразовий акт, а процес, який здійснюється в

часі і просторі. Процес діагностики – дослідницький, пошуковий, пізнавальний, орієнтований на перспективи подальшого розвитку діагностованого об’єкту. Завдання діагностики полягає у визначенні управлінських рішень, які спрямовані на налагодження роботи всіх елементів системи та способів їх реалізації та мінімізацію впливу шкідливих відхилень критеріальних значень.

Підсумком будь-якого дослідження є результат – діагноз стану об’єкту діагностування.

Науковці виділяють у залежності від мети діагностики і форми відображення її результатів окремі напрями діагностики. Перший напрям діагностики пов’язаний із розробкою методів вирішення завдань (рис.1.1).

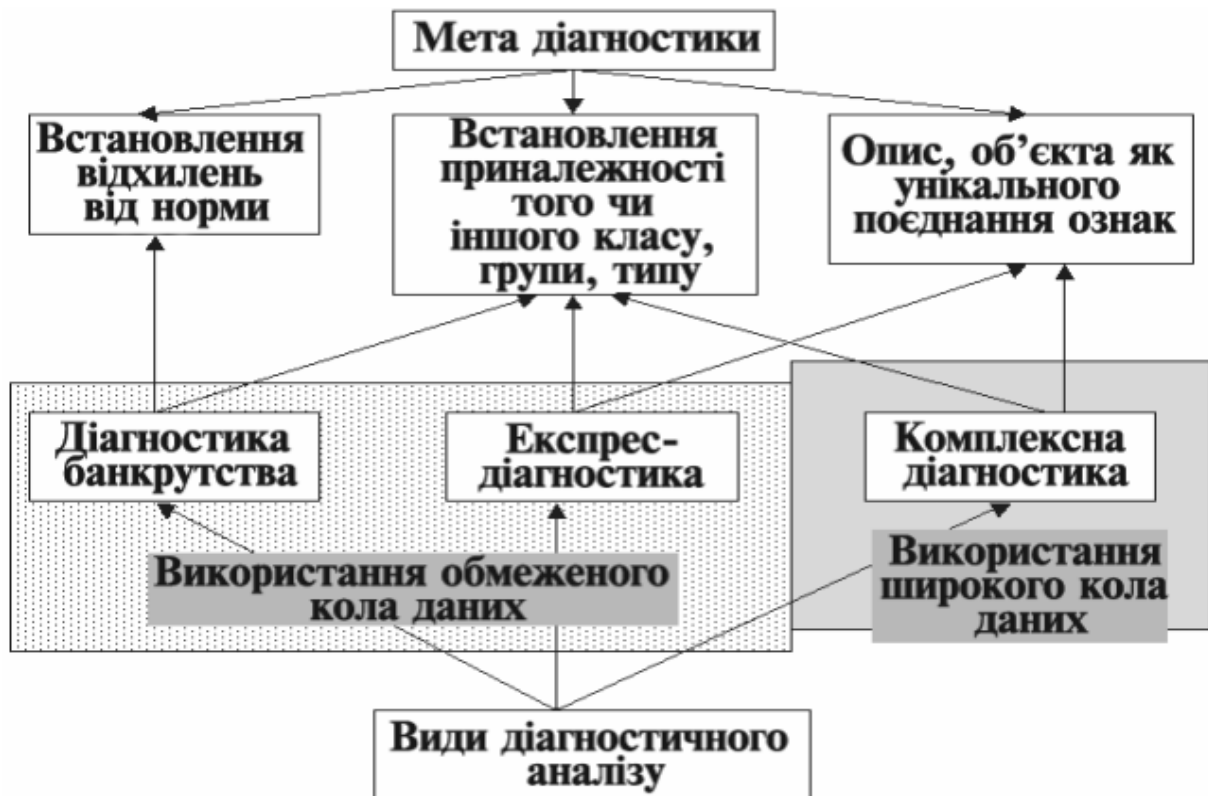


Рис. 1.1. Види діагностики за метою застосування та сутністю процедури*

*Джерело: складено автором за [24; 25, с. 143; 26, с. 101]

Другий напрям діагностики в управлінні пов’язаний з побудовою моделей соціально-економічних систем і процесів діагностики. Третій

напрям діагностики припускає аналіз існуючих діагностичних систем, виявлення принципів їхньої побудови і розробку методів рішення, оцінку оптимальності.

Одним із перспективних напрямів в економічній діагностиці є експертна фінансова діагностика і діагностика банкрутства, результати яких складають інформаційно-аналітичну основу системи управлінського обліку. Економічна діагностика являє собою стійкий зв'язок умов діагнозу і його верифікованого результату. У процесі проведення діагностики для визначення базових параметрів відбувається формалізація правил збору і обробки сформованих потоків інформації (інвентаризація складу, зв'язків, переліку реквізитів тощо) [27].

У залежності від терміновості вирішення проблеми і швидкості встановлення діагнозу виділяють оперативну і стратегічну діагностику. Оперативна діагностика фінансово-господарської діяльності підприємства орієнтована на обґрунтування поточних, оперативних управлінських рішень.

Мета проведення стратегічної діагностики – оцінка ефективності обраної стратегії діяльності, дослідження стратегічної позиції підприємства за окремими напрямками його діяльності, оцінка сильних та слабких сигналів, що отримує підприємство із зовнішнього середовища. Метою бізнес-діагностики є виявлення найбільш важливих проблем у діяльності підприємства та розробка на цій підставі програми коротко – та довгострокових заходів, що дадуть можливість підвищити ефективність та фінансові результати діяльності підприємства. Головною метою діагностики є підготовка інформації для прийняття поточних та стратегічних управлінських рішень на всіх етапах життєдіяльності підприємства.

Діагностика передбачає постійний нагляд за зміною певної системи фінансових показників діяльності підприємства, які включають до складу системи моніторингу поточної фінансової діяльності підприємства. Виокремлюють окремі види діагностики кризового стану та загрози

банкрутства: внутрішня (здійснюється з ініціативи керівництва підприємства та його власників) і зовнішня (ініціатором проведення якої можуть бути кредитори, потенційні санатори та інвестори підприємства).

Необхідно зрозуміти, що типами діагностики підприємства є:

1) встановлення належності об'єкту до визначеного класу чи групи об'єктів;

2) виявлення відмінностей об'єкту, що діагностується, від об'єктів свого класу шляхом порівняння його фактичних параметрів з базовими. Провідні науковці виділяють стадії роботи з інформацією при діагностиці підприємства:

Управлінська діагностика – це процес комплексного аналізу внутрішніх ресурсів і можливостей підприємства, спрямований на оцінку їх наявності та відповідності поставленим цілям і завданням (зокрема, стратегічним завданням забезпечення та підтримки конкурентних переваг підприємства), на оцінку поточного стану підприємства, його сильних і слабких сторін, виявлення стратегічних проблем та недоліків менеджменту.

Можна виокремити чотири напрямки, за якими може проводитися управлінська діагностика:

1. Процесна діагностика управління – аналіз ефективності й результативності діяльності менеджменту (процесів планування, організації, координації та контролю).

2. Функціональна діагностика управління – аналіз ефективності та результативності роботи окремих підсистем управління та відповідних функціональних підрозділів підприємства.

3. Ситуаційна діагностика або аналіз відповідності взаємозв'язків існуючої системи управління з різними факторами та компонентами зовнішнього середовища (SWOT-аналіз, аналіз стратегічної позиції, займаної підприємством, аналіз сегментів ринку, аналіз конкуренції і т.ін.).

4. Внутрішня діагностика – аналіз відповідності взаємозв'язків у межах

комплексної системи управління підприємством (комплексний аналіз ступеню інтеграції, автоматизації функціональних підсистем, аналіз інформаційних систем підтримки прийняття управлінських рішень).

Мета проведення управлінської діагностики дозволяє виявити: ключові проблеми; причини й джерела їхнього виникнення; варіанти вирішення цих проблем з прогнозом можливих результатів.

Основними методами одержання якісної інформації для діагностування є:

- кабінетні дослідження;
- самодіагностика;
- діагностичне інтерв'ю;
- діагностичне спостереження;
- «мозковий штурм»;
- конференції та інші методи групової роботи.

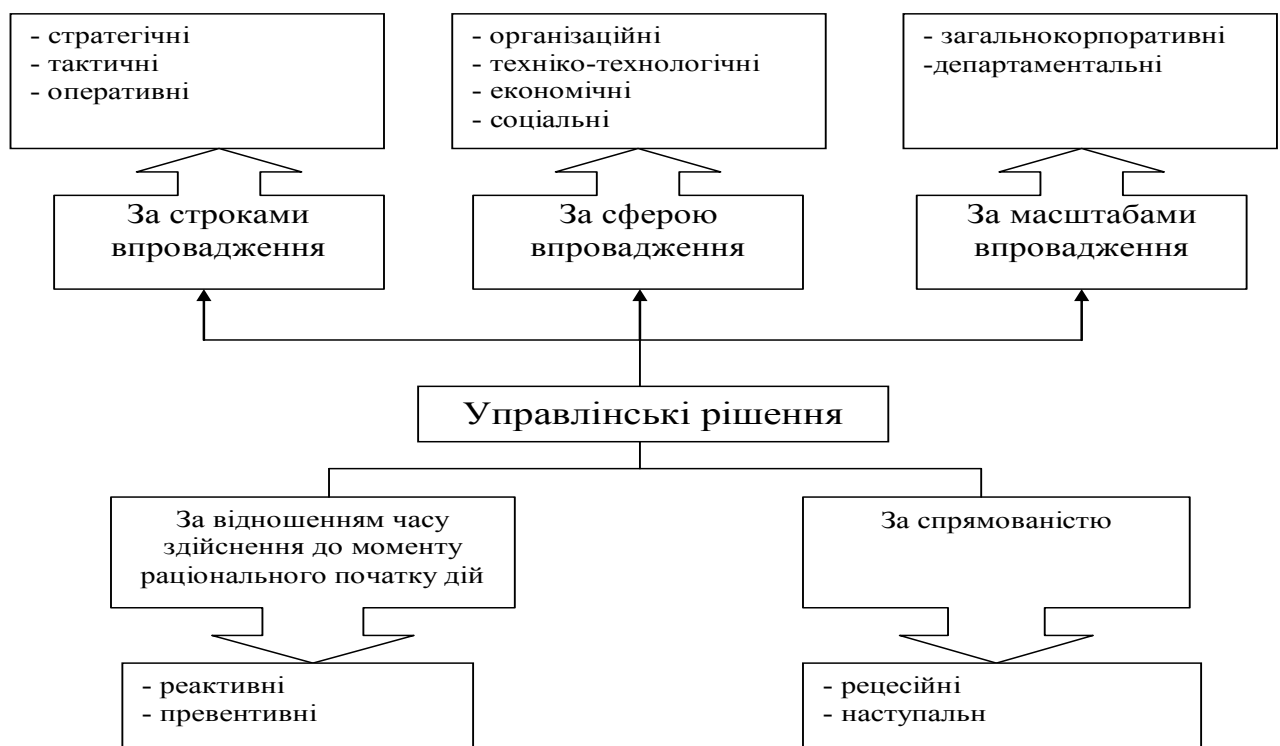


Рис. 1.2. Вид управлінських рішень за результатами діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств*

*Джерело: складено автором за [28; 29]

За результатами діагностики формується системне бачення керівництвом меблевого підприємства проблемних областей, що дозволяє оцінити поточний стан і тенденції розвитку комерційної, виробничої, фінансової складової діяльності підприємства, визначити слабкі місця в управлінні, розставити «за місцями» проблеми, з'ясувати причини і джерела їх виникнення і встановити пріоритети в роботі з проблемами підприємства, оцінити можливі варіанти розв'язання цих проблем, прогнозувати можливі результати, виробити попередні рекомендації з розробки стратегії розвитку підприємства на середньострокову або довгострокову перспективу.

Висновок за розділом 1

Від визначення та оцінювання стану функціонування суб'єктів економічного процесу залежить розроблення комплексу профілактичних заходів, рекомендацій та процедур, спрямованих на поліпшення цього стану або попередження несприятливих для його функціонування ситуацій та подій у невизначеному ринковому середовищі. Тобто економічна діагностика повинна виступати як обґрунтована та достовірна процедура, від якої залежить подальший напрям дій суб'єкта господарювання.

Термін «діагностика» запозичений з грецької мови та в перекладі означає розпізнавання й визначення. Вживаючи цей термін, люди мають на увазі констатацію результатів дослідження суб'єкта господарювання, висновок за цими результатами на підставі показників, нормативів, характеристик тощо.

Предметом діагностики є дослідний, пошуковий чи пізнавальний процеси, кількісна характеристика та якісна ідентифікація стану об'єкту управління.

Об'єктом діагностики виступає об'єкт управління (підприємство, галузь, регіон, країна тощо) як цілісна високоорганізована система з усіма її

функціональними підсистемами (елементами системи). Далі основним об'єктом діагностики будемо розглядати підприємство як основу економічної системи економіки країни в цілому.

Метою діагностики є надання необхідних знань для прийняття рішення суб'єкту управління про використання різноманітного методологічного апарату та інструментарію для визначення стану об'єкта управління у невизначеному середовищі функціонування та розробку комплексу заходів, спрямованих на поліпшення цього стану.

Як видно з проведеного огляду методів діагностики, економічна наука надає уменеджменту підприємств достатньо достатньо потужне методичне забезпечення для проведення діагностики стану підприємств за бажаними цілями, об'єктами, моделями.

Діагностика – це не одноразовий акт, а процес, який здійснюється в часі і просторі. Процес діагностики – дослідницький, пошуковий, пізнавальний, орієнтований на перспективи подальшого розвитку діагностованого об'єкту. Завдання діагностики полягає у визначенні управлінських рішень, які спрямовані на налагодження роботи всіх елементів системи та способів їх реалізації та мінімізацію впливу шкідливих відхилень критеріальних значень.

Підсумком будь-якого дослідження є результат – діагноз стану об'єкту діагностування.

Науковці виділяють у залежності від мети діагностики і форми відображення її результатів окремі напрями діагностики. Перший напрям діагностики пов'язаний із розробкою методів вирішення завдань. Другий напрям діагностики в управлінні пов'язаний з побудовою моделей соціально-економічних систем і процесів діагностики. Третій напрям діагностики припускає аналіз існуючих діагностичних систем, виявлення принципів їхньої побудови і розробку методів рішення, оцінку оптимальності.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА ДІЛОВОГО СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНСЕРВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

2.1 Аналіз методів діагностики стану підприємств

Планування та прогнозування подальшого функціонування і розвитку підприємств вимагає отримання оцінки результатів реалізації соціально-економічних проєктів. Тому застосування методів діагностики результатів інвестиційної діяльності підприємств повинно бути науково обґрунтованим та апробованим на практиці.

На думку кандидата економічних наук, доцента кафедри фінансів Національного університету харчових технологій О.О. Шеремета: «Тільки за допомогою фінансового аналізу можна поставити вірний діагноз економічної «хвороби» підприємства, знайти найбільш вразливі місця в економіці підприємства й запропонувати ефективні рішення по виходу з кризового стану» [30, с. 45].

Основними функціями фінансового аналізу є:

- об’єктивна оцінка фінансового стану підприємства;
- вияв факторів і причин досягнутого стану;
- підготовка і обґрунтування прийнятих управлінських рішень в області фінансів;
- своєчасне вживання заходів щодо підвищення платоспроможності підприємства;
- забезпечення розробки планів фінансового оздоровлення підприємства;
- виявлення і мобілізація резервів покращення фінансового стану та підвищення ефективності господарської діяльності [30].

Сьогодні одним з основних методів проведення фінансового аналізу стану підприємства є розрахунок фінансових коефіцієнтів та показників, а

також їх якісний аналіз. Цей механізм може сформувати чітке та зрозуміле бачення фінансового стану підприємства. Також кожний з коефіцієнтів може бути основою для висновків щодо сильних та слабких сторін організації, а також щодо перспектив його розвитку. У сучасній практиці фінансового аналізу спеціалісти зазвичай використовують таку класифікацію, яка відображає функціональний підхід: коефіцієнти ліквідності, коефіцієнти рентабельності, коефіцієнти оборотності, коефіцієнти фінансової стійкості. Функціональний підхід базується на тому, що коефіцієнти групуються залежно від функцій, які вони виконують, та мети аналізу загалом. Якщо розглянути бізнес-середовище з ідеалістичної точки зору, то фінансові аналітики завжди можуть гарантовано покладатися на результати своїх розрахунків та прогнозів. Так, наприклад, вони можуть покладатися на цифри, приймаючи рішення щодо інвестування, сприяючи ефективному розподілу капіталу [31].

Фінансовий аналіз господарської діяльності підприємства є ретроспективним, тому що об'єктом аналізу виступають показники результатів діяльності підприємства, які вже отримано. Зазвичай він містить п'ять груп показників: ліквідність, платоспроможність, фінансова стійкість, ділова активність, економічна рентабельність.

Ці показники характеризують результативність різних фінансових аспектів господарської діяльності підприємства.

Ліквідність визначає можливу швидкість реалізації активів.

Платоспроможність – це здатність підприємства своєчасно і в повному обсязі виконувати свої платіжні зобов'язання.

Фінансова стійкість – гарантія постійної платоспроможності підприємства.

Ділова активність проявляється в швидкості обороту засобів.

Економічна рентабельність відображає кількість прибутку, отриманого підприємством на одну одиницю витрачених коштів.

Мета структурного аналізу – вивчення структури і динаміки засобів підприємства і джерел їх формування, щоб ознайомити з фінансовим станом загалом. Структурний аналіз має попередній характер, оскільки в результаті його проведення ще не можна дати кінцеву оцінку якості фінансового стану, для одержання якої необхідним є розрахунок спеціальних показників.

Якщо темпи приросту виручки і валового прибутку більші за темпи приросту активів, то у звітному періоді використання активів підприємства було більш ефективним, ніж у попередньому. Якщо темпи приросту прибутку більші за темпи приросту активів, а темпи приросту виручки – менші, то підвищення ефективності використання активів відбувалося лише за рахунок зростання цін на продукцію, товари, роботи, послуги. Якщо темпи приросту фінансових результатів (виручки і прибутку) менші за темпи приросту активів, то це свідчить про зниження ефективності діяльності підприємства.

Зміна активів підприємства, розглянута без зіставлення зі зміною фінансових результатів, сама по собі є малоінформативною. При використанні підприємством фінансових схем роботи, за якими регулярно проводять взаєморозрахунки з постійними контрагентами з дебіторської та кредиторської заборгованостей на значні суми (що становлять значну частину загальної величини активів), зниження підсумку балансу за рахунок взаємозаліків може перевищувати його збільшення у зв'язку з іншими причинами.

Якщо фінансовий стан підприємства незадовільний та має тенденцію до погіршення, майже всі показники не відповідають нормативним вимогам. Підприємство потребує проведення негайних заходів зі збільшення обсягів реалізації, відмови від зайвих витрат, зміни цінової політики. Підприємству не обійтися без зовнішніх інвестицій у поліпшення стану існуючих виробничих потужностей, оздоровлення фінансового стану підприємства в цілому.

Недостатність обігових коштів, що створює труднощі, призводить до обмеженої платоспроможності і відповідно не дає можливості відновлювати та розширювати виробництво.

В перспективному інвестиційному аналізі зазвичай використовують прогнозні показники ефективності майбутніх проектів з метою оцінки можливості їх реалізації. Значно менше в дослідженнях приділено уваги ретроспективному інвестиційному аналізу результатів реалізації соціально-економічних проектів, які знаходяться на стадії експлуатації.

В практиці інвестиційного аналізу для прогнозування майбутньої ефективності соціально-економічних проектів застосовується система показників оцінки майбутніх грошових потоків проекту. Однак за цією методикою неможливо визначити ступінь впливу на загальний результат окремих підсистем реалізації проекту. Тобто не є можливим проведення якісного детального діагностування за факторами впливу на заплановані результати інвестиційної діяльності.

В умовах ринкової економіки важлива роль в системі основних економічних ресурсів, які визначають потенціал і темпи економічного розвитку підприємств та суспільства в цілому, належить власному капіталу.

Власний капітал – це загальна вартість чистих активів підприємства (активи за вирахуванням зобов'язань), що відображає обсяг прав та інтересів власників і складається з інвестованого капіталу, капіталу, створеного в процесі діяльності, і потенційного капіталу. Особливостями функціонування власного капіталу на будь-якому підприємстві є два економічні взаємопов'язані процеси: процес формування власного капіталу та процес його використання. Ефективність цих процесів і діяльність підприємства залежить від правильності прийнятого управлінського рішення.

Великого значення при реалізації цих процесів набуває комплексний економічний аналіз власного капіталу, важливою умовою якого є економічно обґрунтована класифікація та систематизація факторів, які впливають на

величину результативного показника. Без глибокого всебічного вивчення факторів неможливо своєчасно виявити та усунути недоліки у господарській діяльності підприємства, виявити резерви підвищення сталого розвитку та прийняти ефективні управлінські рішення.

На даний час в економіці спостерігаються складні кризові процеси. В таких умовах вкрай важливо шукати доступні резерви підвищення рентабельності, які дозволи б суб'єктам господарювання проводити безперебійну діяльність, здійснювати просте та розширене відтворення. Висока вартість позикових коштів, стрімке знецінення вартості національної валюти, малий внутрішній ринок – усі ці фактори сприяють підвищенню актуальності дослідження аспектів управління рентабельністю підприємства з метою забезпечення його ефективної роботи.

Рентабельність – це інтегральний показник, що відображає ефективність роботи підприємства, що націлене на отримання прибутку у короткостроковій перспективі і який вказує на якість управлінських рішень, що стосуються фінансової, операційної та інвестиційної діяльності підприємства. У такому визначенні підкреслено у яких випадках рентабельність є дійсно критерієм економічної ефективності діяльності підприємства, а також враховано, що різні показники рентабельності можуть свідчити про ефективність різних ділянок роботи менеджменту [32].

Важливим завданням фінансового аналізу будь-якого підприємства є пошук «слабких» ланок у його структурі та вибір того чи іншого способу аналізу, який як найточніше вказує на ці ланки.

Особливостями оцінки результатів фінансового аналізу є застосування метода порівняння.

1. Оцінка результатів здійснюється в динаміці: через показники зростання або приросту значення показників, тобто шляхом порівняння показників наступних та минулих періодів. Причому, чим більше періодів аналізується, тим більш прозора загальна картина фінансового стану

підприємства. Самі по собі значення показників в статичному (одиничному) вигляді неінформативні.

2. Оцінка одиничних результатів здійснюється шляхом порівняння значення показника з нормативним значенням (критерієм). Такий підхід до оцінки результатів аналізу не дає можливості визначити причини отримання негативних результатів та знайти шляхи усунення проблем.

З точки зору системного підходу підприємство являє собою складну відкриту динамічну систему, що складається з підсистем.

З точки зору процесного підходу підприємство являє собою сукупність бізнес-процесів.

З точки зору функціонального підходу підприємство представляє собою структуру, що складається з взаємодіючих організаційних одиниць.

Тобто при різноманітності підходів до управління підприємством єдиним в них є те, що в цілях управління підприємство розглядається як складна сукупність взаємозалежних елементів, які визначають її структуру.

Тому в цілях отримання об'єктивного результату потрібно застосовувати систему показників, яка передбачає оцінку впливу всієї сукупності елементів на загальні результати господарської діяльності підприємства.

В практиці фінансового аналізу застосовуються декілька модифікацій факторного аналізу за моделлю DuPont. Зазвичай п'ятифакторну модель використовують для діагностики діяльності банківських та інших фінансових установ.

Трьохфакторна модель DuPont зазвичай застосовується для ретроспективного аналізу факторів впливу на величину рентабельності власного капіталу в визначений момент часу без врахування динаміки показників. Однак системність та збалансованість цієї моделі дозволяють її застосування не тільки в діагностиці статичних показників результатів діяльності, які вже отримано, але і в прогнозуванні майбутніх результатів

діяльності.

За П(С)БО 15 «Дохід» до складу доходів підприємства входять:

- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за вирахуванням наданих знижок, вартості повернутих раніше проданих товарів, доходів, що за договорами належать комітентам (принципалам тощо), та податків і зборів;
- інші операційні доходи: дохід від операційної оренди активів; дохід від операційних курсових різниць; відшкодування раніше списаних активів; дохід від роялті, відсотків, отриманих на залишки коштів на поточних рахунках в банках, дохід від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій), необоротних активів, утримуваних для продажу, та групи вибуття тощо;
- фінансові доходи: дивіденди, відсотки та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій (крім доходів, які обліковуються за методом участі в капіталі);
- інші доходи: дохід від реалізації фінансових інвестицій; дохід від неопераційних курсових різниць та інші доходи, які виникають у процесі господарської діяльності, але не пов'язані з операційною діяльністю підприємства [33].

За П(С)БО 16 «Витрати» до складу витрат підприємства входять витрати операційної діяльності, фінансові витрати, інші витрати [34].

Такий розподіл доходів та витрат підприємства за їх джерелами дає можливість розподіляти рух грошових потоків підприємства за трьома сферами діяльності: операційна, інвестиційна та фінансова.

Прийняття управлінського рішення можна поділити на три складові управління рухом грошових потоків за різними сферами діяльності підприємства:

- 1) інвестиційна діяльність – управління інвестиціями в необоротні та оборотні активи;

- 2) операційна діяльність – управління використанням активів;
- 3) фінансова діяльність – управління джерелами фінансування активів.

Таким чином, якщо розглядати три сфери діяльності та складові управління рухом грошових потоків, то на підставі наявності позитивного та від’ємного грошових потоків можна стверджувати, що всі три сфери діяльності мають інвестиційний аспект. Вони тісно пов’язані між собою та взаємозалежні [35].

Системний підхід до управління підприємством вимагає використання системного підходу управління грошовими потоками, аналізу результатів діяльності та планування подальшого розвитку підприємства. За інтегрованою моделлю факторного аналізу DuPont можна діагностувати здатність підприємства отримувати прибуток, інвестувати його, збільшувати дохід та підвищувати ефективність своєї діяльності.

В деяких наукових дослідженнях пропонуються модифіковані версії моделі DuPont [36, с. 132]. Так Мартинюк В., Корецький Б. розглядають запропонували моделі, які дозволяють не тільки оцінювати якість роботи відповідних служб використовуючи відомі методи оцінки дії певних факторів у звітному періоді, але й успішно прогнозувати фінансову ефективність діяльності суб’єктів господарювання через зміну параметрів їх роботи [37].

Є.А. Філатов запропонував авторські методи факторного аналізу, які дозволяють доступно і щодо просто скласти висновок про зміни у фінансовому становищі підприємства, а також оцінити ступінь впливу факторів на зміни результативного показника [38].

Мета побудови моделі – розкладання системи руху грошових потоків підприємства за сферами діяльності, які їх генерують.

Метод побудови моделі – збалансоване включення в модель показників, що відображають результативність трьох сфер діяльності підприємства шляхом врахування усіх зв’язків між цими сферами.

Діагностика розкладених факторів впливу показників моделі дає змогу

детально визначати причини змін того, чи іншого показника.

Формула Дюпона показує можливість забезпечення доцільного співвідношення між рентабельністю продаж та швидкістю оборотів для регулювання необхідного рівня рентабельності активів. Даний метод був вперше використаний компанією «DuPont» на початку 20-го століття і являє собою факторний аналіз, тобто виділення основних факторів, що впливають на ефективність діяльності підприємства. Вона дозволяє визначити взаємозв'язок між відносним показником результативності підприємства та ресурсами або витратами підприємства.

Метою фінансового аналізу, проведеного компанією «DuPont», є пошук шляхів максимізації прибутковості вкладеного капіталу для власників і акціонерів. Прибутковість підприємства та зростання її вартості для акціонерів відображається коефіцієнтами рентабельності. Управління рентабельністю підприємства стає ключовим завданням для всіх рівнів менеджменту: стратегічного, тактичного та оперативного. Фірмою «DuPont» був запропонований простий спосіб управління рентабельністю через розкладання коефіцієнта рентабельності на фактори, що відображають різні аспекти діяльності підприємства.

Спочатку модель являла собою вплив двох факторів на рентабельність активів (ROA) підприємства.

$$ROA = \frac{\text{Чистий}_\text{прибуток}}{\text{Середня}_\text{величина}_\text{активів}} = \frac{\text{Чистий}_\text{прибуток}}{\text{Виручка}_\text{від}_\text{реалізації}} * \frac{\text{Виручка}_\text{від}_\text{реалізації}}{\text{Середня}_\text{величина}_\text{активів}}$$

$$ROA = ROS * Koa, \quad (2.1)$$

де ROA (Return On Assets) – коефіцієнт рентабельності активів;

ROS (Return On Sales) – коефіцієнт рентабельності продажу;

Koa – коефіцієнт оборотності активів.

Двофакторна модель показує взаємозв'язок між показником ефективності діяльності підприємства – її рентабельністю (ROA) і двома факторами: рентабельністю продажів і оборотністю активів. Таким чином, модель дозволяє оцінити внесок системи продажів підприємства та ступеня

інтенсивності використання активів у формування рентабельності компанії.

Також один з варіантів формули двофакторної моделі Дюпона за критерій ефективності підприємства використовує рентабельність власного капіталу. В результаті формула модифікується в наступний вигляд:

$$ROE = ROA * LR \quad (2.2)$$

де ROE (Return On Equity) – рентабельність власного капіталу;

LR (Leverage ratio) – коефіцієнт капіталізації (коефіцієнт фінансового важеля).

Так ця формула відображає ступінь впливу двох факторів на рентабельність: прибутковість діяльності підприємства і рівень підприємницьких ризиків, виражений в коефіцієнті фінансового важеля.

Крім двофакторної моделі розроблено трифакторна, яка полягає у використанні коефіцієнта рентабельності власного капіталу (ROE, Return On Equity) як інтегрального показника ефективності діяльності підприємства і подання її формули у вигляді трьох факторів.

За трифакторною моделлю DuPont визначається коефіцієнт рентабельності власного капіталу (ROE, Return On Equity) як інтегральний показник ефективності діяльності підприємства розкладений на три чинники. Так формула розрахунку рентабельності власного капіталу має наступний вигляд.

Для оцінки фінансово-господарської діяльності підприємств, ефективності виробництва всієї продукції недостатньо використовувати тільки показники прибутку. Сума прибутку показує абсолютний ефект від діяльності підприємства без урахування використання ресурсів, а рентабельність характеризує міру цієї ефективності, дає можливість більш повно оцінити кінцеві результати діяльності підприємства. Рентабельність є відносним показником прибутковості, який характеризує рентабельну роботу

підприємства, виміряну у відсотках до витрат коштів або до капіталу. Рентабельна робота підприємства дає можливість накопичувати фінансові ресурси, забезпечувати інтереси інвесторів і конкурувати з іншими підприємствами, тобто протягом певного періоду грошові кошти компенсують понесені витрати. Протилежний показник рентабельності – збитковість, коли грошові кошти не компенсують понесені витрати.

2.2. Діагностика зовнішнього середовища підприємств консервної галузі України

Харчова промисловість продовжувала розвиватися і в пандемічних 2020-2021 роках та не зупинилась під час повномасштабного вторгнення російської федерації у 2022-2023 роках. Не випадково 18 підприємств харчової галузі увійшли в топ-200 компаній України за доходами за 2021 рік з сукупною виручкою близько 173 млрд грн. Серед найбільших виявилися МХП, «Рошен», «Нестле Україна», «Сандора», «Карлсберг Україна», «ОптімусАгро Трейд», «Кока-Кола Беверіджиз Україна», «Абінбев Ефес Україна», «Дельта Вілмар Україна», «Олсідз Блек Сі», «Монделіс Україна», «Фуд Девелопмент», «Оболонь» та інші. В основному це підприємства з виробництва рослинної олії, напоїв, кондитерських виробів і курячої продукції, до того ж майже всі 18 найбільших підприємств виявилися досить прибутковими за підсумками року: їх сумарний прибуток перевищив 17 млрд гривень.

Харчова промисловість продовжує успішно освоювати капітальні інвестиції, більш того, частка надходжень за підсумками першої половини 2021 року зросла всупереч коронакризі та війни до 6% від капіталовкладень в українську економіку в цілому і до 8,5% від загальнопромислових обсягів (проти 5% і 12,5% відповідно до 2020 року) [39].

Привабливість харчової промисловості інвестори пояснюють порівняно високою рентабельністю переробки аграрної сировини в Україні. Деякі

експерти навіть заявляють про можливість отримати суттєвий приріст чистого прибутку в ряді сегментів галузі вже на наступний рік після нарощування капітальних інвестицій.

Виявляють активність в українській харчовій промисловості також іноземні інвестори. Тільки за перші три місяці 2021 року в капітал підприємств галузі прийшло \$7,1 млн, або 7,7% від надходжень у всю вітчизняну промисловість. В цілому в харчовій промисловості зараз зосереджено майже \$3 млрд іноземних інвестицій, і Нацбанк продовжує фіксувати нові надходження.

Попри повномасштабне вторгнення іноземні інвестиції продовжують поступати до нашої країни. Через неможливість повноцінного експорту сировини більшість інвесторів, в тому числі і іноземних, переключились на інвестування на переробну харчову промисловість, що допомагає нашій державі у виготовленні продукції з доданою вартістю та подальшому її експорті в інші країни.

Інвестори, особливо іноземні, вважають за краще вкладати в ті підприємства, які виробляють продукцію з високим експортним потенціалом. Так, інвестиційна компанія «Horizon Capital» сфокусована на «швидко зростаючих, орієнтованих на експорт компаніях, які використовують конкурентоспроможну платформу України для отримання глобальних доходів на міжнародному ринку», та одним з її пріоритетів є якраз харчова галузь.

Фонд компанії EEGF III готовий проінвестувати підприємців в розмірі від \$5 до \$20 млн, а інвестиційна компанія «InVenture» в інтересах стратегічного інвестора розглядає зараз покупку підприємств в сфері харчового виробництва (макаронні вироби, борошно, олію, овочеві консерви, кондитерські вироби, чіпси). Сума можливих інвестицій – від \$ 0,5 до \$ 5 млн.

Серед знакових інвестиційних проектів 2021 року в галузі – фінальна

стадія будівництва заводу з переробки зерна кукурудзи на борошно і крупу в Вінницькій області (с. Демківка). Обсяг інвестицій в голландсько–український проект склав \$ 14 млн. Компанія «Дакс Бунге Україна» вже добудовує завод, його планова потужність – переробка 100 тис. тон кукурудзи на рік, при цьому близько 80% продукції передбачається відправляти на експорт. Виробник розраховує, що основними споживачами продукції будуть міжнародні корпорації Nestle, Heineken та інші [40]

Яскравим прикладом, що підтверджує галузеві тренди 2021 року, стало створення підприємством «Боніфрут» інноваційного польсько-українського виробництва з заморожування ягід і фруктів на Тернопільщині та ряд інших проектів.

Зараз в харчовій промисловості реалізується, близько 40 інвестиційних проектів, велика частина яких повинна завершитися вже найближчим часом. Зокрема, в поточному році фермерське господарство «Гадз» планує відкрити завод з виробництва соків і дитячого харчування в Тернопільській області. Проектна продуктивність підприємства – 3 тони продукції на годину.

Більшість інвестиційних проектів в харчовій промисловості розрахунковою вартістю до 50 млн грн, але є передумови до того, що апетити і реальні витрати на харчування інвесторів української харчової промисловості в найближчому майбутньому зростуть [39].

Узагальнюючи досвід зарубіжних країн, можна виділити наступні перспективні напрямки регулювання інвестиційної діяльності, що мають практичний інтерес для нашої країни та забезпечать на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки стимулювання інвестиційної активності.

1. Формування єдиної довгострокової стратегії, що спрямована на забезпечення сталого соціально-економічного розвитку країни.

2. Створення сприятливого інвестиційного клімату для залучення іноземних інвестицій, сприяння зростанню частки іноземних інвестицій у виробництво експортних товарів.

3. Розвиток інфраструктури з використанням інноваційних проектів, реконструкція і створення нових екологічно чистих виробництв.

4. Залучення інвестицій в провідні галузі, для розширення конкурентного середовища, розвитку приватизації та підприємництва.

5. Інвестування та державна підтримка виробництв, які потребують оновлення основного капіталу і мають значний інноваційний потенціал, за допомогою якого можна здійснювати нарощування обсягів виробництва.

6. Створення рівних умов для всіх інвесторів забезпечити захист прав власності та інвесторів.

7. Стимулювання інвестиційної діяльності через податкові і неподаткові пільги, амортизаційну політику, надання пільгових інвестиційних кредитів.

8. Удосконалення державної інноваційної політики, яка має бути направлена на формування нормативно-правової бази, що забезпечить перехід на інноваційний шлях розвитку; фінансове забезпечення інноваційних програм і проектів, спрямованих на вирішення найважливіших соціально-економічних завдань, формування інноваційної інфраструктури та підготовка кадрів для інноваційної сфери.

9. Впровадження програм підтримки вкладення резидентами інвестицій за кордон, сприяння міжнародному інвестуванню.

10. Удосконалення регіональних схем стимулювання інвестиційної діяльності .

У зв'язку з повномасштабним вторгненням агресора можна пояснити стрімке падіння імпорту та експорту, Україна стикнулася із найбільшими у XXI столітті викликами, включно із економічною кризою, війною з росією. Падіння внутрішнього попиту та слабкий зовнішній попит спричинили падіння реального ВВП на 7,5% (оперативні дані) [41]. Водночас експорт продовольчих товарів впав близько на 40%, (за оперативною інформацією Державної митної служби на підставі надходження митних платежів,

кількості розмитнених контейнерів та блокування портів). Висока економічна та політична невизначеність призвела до різкого зростання попиту на іноземну валюту. Це, разом із падінням експорту, спричинило стрімке знецінення гривні.

Падіння реального наявного доходу мало наслідком зниження споживчого попиту на імпорту, тоді як обжене фінансування призвело до падіння інвестиційного попиту на імпорту. Водночас знецінення гривні призвело до імпортозаміщення, внаслідок імпорту сільськогосподарських та продовольчих товарів суттєво знизився.

Протягом року уряд мусив приймати складні рішення у податковій політиці, оскільки потрібні були дедалі більші видатки на оборону та безпеку на фоні обмежених бюджетних доходів: уряд переглядав бюджет та податкове законодавство. Незважаючи на Програму МВФ, допомогу західних партнерів влада повільно впроваджує реформи, покликані сприяти економічному зростанню в середньостроковій перспективі.

На сьогоднішній день за наявною інформацією у 2023 році Україна поступово збільшує імпорту екзотичних фруктів. Найбільша частка – 9,8% – у структурі зарубіжних поставок сільгосппродукції до України припала на продукцію групи «Плоди та горіхи» – переважно за рахунок цитрусових, бананів та інших екзотичних плодів [42]. Основним постачальником продукції цієї групи до України залишається Туреччина, з якої минулого року імпортували понад 300 тис т фруктів, минулого року частка Туреччини у вартості вітчизняного імпорту плодів склала 28,8%. Сукупно п'ять країн: Еквадор (12,9%), Греція (6,2%), Коста-Ріка (5,8%) та Іспанія (5,4%) сформували у 2023 році понад 60% вартості імпорту продукції даної групи до України. Найбільшим попитом серед плодово-ягідної продукції в нашій країні традиційно користуються цитрусові і банани, які у 2023 році сформували майже половини вартості її імпорту.

2.3. Діагностика результатів управління підприємств консервної галузі України

Управління будь-яким підприємством полягає в цілеспрямованому впливі керуючої системи на керований об'єкт для досягнення конкретно поставленої мети.

Управлінський аналіз спрямований на виявлення внутрішніх ресурсів і можливостей підприємства, оцінку поточного стану бізнесу, виявлення стратегічних проблем. Необхідність проведення управлінського аналізу визначається декількома факторами.

По-перше, він необхідний при розробці стратегії розвитку підприємства і в цілому для реалізації ефективного менеджменту, оскільки представляється важливим етапом управлінського циклу.

По-друге, він необхідний для оцінки привабливості підприємства з точки зору зовнішнього інвестора, визначення позиції підприємства в національних та інших рейтингах.

По-третє, управлінський аналіз дозволяє виявити резерви і можливості підприємства, визначити напрями адаптації внутрішніх можливостей підприємства до змін умов зовнішнього середовища.

У результаті проведення внутрішнього аналізу підприємства можна виявити ряд моментів:

- переоцінює чи недооцінює себе підприємство,
- переоцінює чи недооцінює воно своїх конкурентів,
- яким вимогам ринку воно надає занадто велике чи, навпаки, мале значення.

Згідно із системним підходом до управління кожна організація — це відкрита система, цілісність і життєздатність якої забезпечується завдяки елементам, з яких вона формується. Сукупність цих елементів становить внутрішнє середовище організації. Його проектування і створення

відбувається з огляду на специфіку діяльності організації, кола споживачів, ринкової кон'юнктури, умов господарювання тощо. Система менеджменту при формуванні внутрішнього середовища організації має забезпечити відповідність характеристик його найважливіших складових умовам зовнішнього середовища, в яких організація функціонує. Проаналізуємо внутрішнє середовище підприємства у табл. 1.1.

Таблиця 2.1

Фактори внутрішнього середовища

Фактори внутрішнього середовища / Складові елементи	Фактори внутрішнього середовища / Складові елементи
Організаційний - автоматизована система управління виробництвом та складом;	Організаційний - автоматизована система управління виробництвом та складом;
- лінійна організаційна структура;	- лінійна організаційна структура;
Кадровий	Кадровий
- персональна облік робіт та мотивація;	- персональна облік робіт та мотивація;
- навчання персоналу;	- навчання персоналу;
- запобігання нещасних випадків;	- запобігання нещасних випадків;

Організаційні та кадрові фактори. Підприємство веде облік даних та виконаних робіт, на основі чого компанія адаптує мотивацію до кожного працівника. Також важливим моментом є запобігання нещасним випадкам, для чого проводиться спеціальне навчання працівників та керівників.

Маркетингові фактори. Компанія давно на ринку і має хорошу репутацію та свою частку ринку, але не є досить відомою.

Фінансові, стратегічні та виробничі фактори. Ці фактори мають багато спільного, оскільки пов'язують цілі компанії. Підприємства, що взяті для аналізу та діагностики намагаються створити імідж соціально та екологічно відповідальної компанії і намагається розвивати відповідні технології.

Проведемо SWOT-аналіз цих підприємств задля виявлення сильних сторін та недоліків для подальшого економіко-управлінського аналізу підприємства.

1. Поле SO – наявність новітньої технічної бази дозволяє підприємств

досягати визначних цілей щодо підвищення екологічності, у підприємств є достатня кількість ресурсів для створення системи повторного використання рослинних відходів.

2. Поле ST – для підприємств, на жаль, реклама не є пріоритетним завданням, що відображається на загальному попиті на продукцію.

3. Поле WT – за останній звітний період обсяги збуту компанії скоротилися, у 2022-2023 роках скорочення продажів може бути більшим через негативний вплив зовнішніх факторів, правового режиму воєнного стану та сильної конкуренції.

4. Поле WO – стратегія підприємств орієнтована на ретельному підході до якості продукції, відсутності нещасних випадків та безвідповідального споживання.

Задані цілі потребують багато ресурсів для виконання, але в разі успіху вони позитивно вплинуть на імідж компанії, оскільки суспільство починає все більше турбувати про здорове та якісне харчування, що можна використати для отримання ринкових переваг у довгостроковій перспективі. Опишемо результати SWOT аналізу у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Матриця SWOT-аналізу

Внутрішнє середовище підприємства	Зовнішнє середовище підприємства	
	Можливості (O)	Загрози (T)
Сила (S)	автоматизація та новітнє обладнання;	на фоні сильної конкуренції реклама дуже підштовхнула б потужність компанії;
Слабкість (W)	отримання переваг у майбутньому; не реалізована можливість повторної переробки біо-відходів;	військовий стан затримує виконання планів; багато складних цілей, зменшуються продажі; конкуренти також розвиваються;

Загалом товариства мають сприятливе зовнішнє та внутрішнє середовище для функціонування та утримання своєї частки на ринку України та гарні можливості для подальшого розвитку.

Компанії звертають багато уваги на якість своєї продукції. Але у довгостроковій перспективі «зелене» виробництво та реклама є вигідними для іміджу компанії і допоможе підвищити доходи компанії та зменшити витрати.

До одних з найголовніших проблем промислових підприємств даного типу, відноситься проблема вторинного використання виробничих та промислових відходів.

Дана проблема набуває особливої важливості в останні десятиліття – запаси ресурсів поступово виснажуються, і перед людством постає завдання повного чи комплексного використання всіх видів відходів.

При економіко-управлінському аналізі підприємства важливо оцінити ємність ринку, реальні обсяги збуту та можливу суму продажів.

Практично всі підприємства по виготовленню консерв в Україні стикаються з проблемою надлишку відходів від переробки рослинної сировини. У зв'язку із загостренням екологічних проблем, пов'язаних із забрудненням довкілля, відсутності реального механізму управління відходами, досить актуальними є питання щодо визначення перспективних напрямів їх утилізації, тобто використання як вторинних матеріальних чи енергетичних ресурсів

На сучасному розвитку України існують актуальні проблеми, що заважають впровадженню більш сучасних методів переробки та утилізації відходів. Серед головних проблем впровадження методів переробки відходів рослинництва та тваринництва є:

- недостатня наукова обґрунтованість систематизації сільськогосподарських відходів;
- застосування дорогих технологій для переробки сировини і обладнання від іноземних виробників;
- технологічна складність упровадження проєкту з переробки відходів;
- відсутність економічного обґрунтування для деяких сільськогосподарських підприємств;

– відсутність державної підтримки для впровадження нових методів енергозбереження.

Досвід розвинених країн свідчить, що використання відходів сільськогосподарських підприємств є обов'язковою умовою ефективної діяльності підприємства, яка передбачає мінімізацію власних витрат, зменшення шкідливого впливу на довкілля.

Використання раціонального підходу та рециклінгу ресурсів є запорукою сталого розвитку підприємства та його конкурентоспроможності у майбутньому.

Висновок за розділом 2

Планування та прогнозування подальшого функціонування і розвитку підприємств вимагає отримання оцінки результатів реалізації соціально-економічних проєктів. Тому застосування методів діагностики результатів інвестиційної діяльності підприємств повинно бути науково обґрунтованим та апробованим на практиці.

Сьогодні одним з основних методів проведення фінансового аналізу стану підприємства є розрахунок фінансових коефіцієнтів та показників, а також їх якісний аналіз. Цей механізм може сформувати чітке та зрозуміле бачення фінансового стану підприємства. Також кожний з коефіцієнтів може бути основою для висновків щодо сильних та слабких сторін організації, а також щодо перспектив його розвитку. У сучасній практиці фінансового аналізу спеціалісти зазвичай використовують таку класифікацію, яка відображає функціональний підхід: коефіцієнти ліквідності, коефіцієнти рентабельності, коефіцієнти оборотності, коефіцієнти фінансової стійкості. Функціональний підхід базується на тому, що коефіцієнти групуються залежно від функцій, які вони виконують, та мети аналізу загалом. Якщо розглянути бізнес-середовище з ідеалістичної точки зору, то фінансові

аналітики завжди можуть гарантовано покладатися на результати своїх розрахунків та прогнозів. Так, наприклад, вони можуть покладатися на цифри, приймаючи рішення щодо інвестування, сприяючи ефективному розподілу капіталу

Харчова промисловість продовжувала розвиватися і в пандемічних 2020-2021 роках та не зупинилась під час повномасштабного вторгнення російської федерації у 2022-2023 роках. Не випадково 18 підприємств харчової галузі увійшли в топ-200 компаній України за доходами за 2021 рік з сукупною виручкою близько 173 млрд грн. Серед найбільших виявилися МХП, «Рошен», «Нестле Україна», «Сандора», «Карлсберг Україна», «ОптімусАгро Трейд», «Кока-Кола Беверіджиз Україна», «Абінбев Ефес Україна», «Дельта Вілмар Україна», «Олсідз Блек Сі», «Монделіс Україна», «Фуд Девелопмент», «Оболонь» та інші. В основному це підприємства з виробництва рослинної олії, напоїв, кондитерських виробів і курячої продукції, до того ж майже всі 18 найбільших підприємств виявилися досить прибутковими за підсумками року: їх сумарний прибуток перевищив 17 млрд гривень.

Харчова промисловість продовжує успішно освоювати капітальні інвестиції, більш того, частка надходжень за підсумками першої половини 2021 року зросла всупереч коронакризі та війни до 6% від капіталовкладень в українську економіку в цілому і до 8,5% від загальнопромислових обсягів (проти 5% і 12,5% відповідно до 2022 року).

Згідно із системним підходом до управління кожна організація — це відкрита система, цілісність і життєздатність якої забезпечується завдяки елементам, з яких вона формується. Сукупність цих елементів становить внутрішнє середовище організації. Його проектування і створення відбувається з огляду на специфіку діяльності організації, кола споживачів, ринкової кон'юнктури, умов господарювання тощо. Система менеджменту при формуванні внутрішнього середовища організації має забезпечити

відповідність характеристик його найважливіших складових умовам зовнішнього середовища, в яких організація функціонує.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ДІАГНОСТИКИ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ КОНСЕРВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

3.1 Діагностика виробничо-господарської діяльності АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування»

В процесі аналізу та оцінки фінансових результатів діяльності суб'єктів бізнесу важливою складовою якісної оцінки стає інформаційна база, тобто вихідні дані для проведення аналізу та оцінки результатів фінансово-господарської діяльності. У сучасних умовах інформаційною базою для аналізу фінансових результатів підприємств та їх рентабельності є: фінансовий план; форма 1 «Баланс» (Звіт про фінансовий стан); форма 2 «Звіт про фінансові результати» (Звіт про сукупний дохід); форма 3 «Звіт про рух грошових коштів»; форма 4 «Звіт про власний капітал» (Звіт про зміни у власному капіталі).

Загальна організаційно-економічна характеристика АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» наведена в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Загальна організаційно-економічна характеристика консервного заводу

Юридична адреса	Організаційно- правова форма господарювання	Предмет діяльності	Показники станом на кінець 2020 року			
			Чисельність працюючих	Вартість майна, тис. грн	Статутний капітал, тис. грн	Обсяги виробництва, тис. грн
АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування»						
Одеська область, м. Одеса, Малиновський район, провулок Високий, 22	Акціонерне товариство	Виробництво різноманітних видів консервної продукції, включаючи консерви дитячого харчування, соки, нектари, напої, напівфабрикати і концентрати	41	122918	43232	26626

*Джерело: складено автором за даними [43]

Одеському консервному заводу дитячого харчування – ОКЗДХ, в 2023 році виповнилося 156 років. Дитяче харчування на заводі почали виробляти ще в 1958 році, а в 1968 році завод став самим великим підприємством СРСР по виробництву дитячого харчування. Всі ці роки завод користувався заслуженою славою за відмінну якість продукції, що виробляється. Не одному поколінню споживачів з пострадянських країн він відомий такими смачними та якісними продуктами, як «Антошка» та «Румяные щечки» – соками та пюре, які полюбилися ще з дитинства.

З 1962 року на ОКЗДХ почали виробляти сік. Таке рішення було прийнято на підставі високої репутації цього підприємства, наявності висококваліфікованих кадрів та перероблюючого обладнання. Результат перевершив очікування – сьогодні соки ОКЗДХ добре відомі та улюблені в Україні та за її межами. В сьогоднішніх досить складних економічних умовах, завод не тільки не збирається зменшувати виробництво, але й планує його зростання. З 1995 року завод виробляє соки та нектари за замовленням СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. В 2005р. на власних виробничих потужностях ОКЗДХ здійснило випуск 135,0 тис. тонн сокової продукції на суму 303,3 млн. грн. Сировина для соків з фруктів, що вирощується у нас в країні, заготовлюється в екологічно чистих зонах півдня України.

Висока якість та гарний смак соків, що виробляються на ОКЗДХ, підтверджуються багатьма нагородами дегустаційних конкурсів із міжнародних виставок напоїв, останніми з яких були золота медаль з міжнародної виставки «WORD FOOD – 2001», де сік здобув визнання «Продукт року», медаль за 1-ше місце на Професійному дегустаційному конкурсі «ALCO+SOFT – 2002», який проходив з 15-го по 18-е травня в Києві, де брали участь найвідоміші виробники соків країн колишнього СРСР та золота медаль міжнародної виставки «ПродЕкспо – 2003».

В травні 2003 року у Києві сік яблучний та морквяно-яблучний отримали відзнаку за 2-е місце на Професійному дегустаційному конкурсі

«ALCO+SOFT – 2003». Високою відзнакою – «Золотою зіркою якості», соки БАТ «ОКЗДХ» були відзначені на 18-й виставці-ярмарці продукції харчової промисловості «Продукти України 2005» у Києві у 2005 році за грошовий, вишневий та томатний смаки. А в номінації «Продукти України» ОКЗДХ відзначений Кубком «Лідер року 2005» [44].

За даними річної фінансової звітності АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» [45] з метою оцінки результатів інвестиційної діяльності підприємства та управління рухом грошових потоків проведено діагностику результатів діяльності підприємства (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Показники факторного аналізу рентабельності власного капіталу за моделлю DuPont
АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування»*

Показник	Значення за роками									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	-146	-4266	876	-1162	-3495	-2968	-2095	-3378	-2528	-2370
Чистий дохід, тис. грн	24155	9652	6451	16917	18952	24659	21814	21444	24542	26626
Вартість власного капіталу, тис. грн	88564	117460	115765	115979,5	113990,5	110741	108209,5	105473	102618	100168,5
Вартість активів, тис. грн	100261	135732	132048,5	129831	127396	124592	121392	117595,5	114116,5	117889,5
Рентабельність власного капіталу, %	-0,16	-3,63	0,76	-1,00	-3,07	-2,68	-1,94	-3,20	-2,46	-2,37
Рентабельність активів, % мод.	-0,15	-3,14	0,66	-0,90	-2,74	-2,38	-1,73	-2,87	-2,22	-2,01
Рентабельність продажів, %	-0,60	-44,20	13,58	-6,87	-18,44	-12,04	-9,60	-15,75	-10,30	-8,90
Коефіцієнт оборотності активів	0,24	0,07	0,05	0,13	0,15	0,20	0,18	0,18	0,22	0,23
Коефіцієнт фінансового важелю	1,13	1,16	1,14	1,12	1,12	1,13	1,12	1,11	1,11	1,18
Рентабельність капіталу	-0,15	-3,14	0,66	-0,90	-2,74	-2,38	-1,73	-2,87	-2,22	-2,01

* Джерело: розраховано автором

За результатами аналізу, наведено у таблиці 3.2 можна зробити наступні висновки.

Чистий збиток АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування», з кожним роком збільшується, незважаючи на зростання вартості власного капіталу. При чому на підприємстві протягом 2011–2020 років збільшується чистий дохід, залучаючи додаткові джерела фінансування та здійснюючи оптимальну інвестиційну політику. На фоні існуючих показників рентабельність власного капіталу говорить про загальну тенденцію зниження ефективності бізнесу підприємства. Коефіцієнт оборотності активів, який є співвідношенням чистого доходу та вартості активів на протязі перших 3 років стрімко знижується і досягає у 2013 році мінімального значення (0,05), потім спостерігається поступове збільшення та стабілізування показника до 2020 року та дорівнює (0,23). Таке значення показника свідчить про поліпшення стану ефективності використання підприємством усіх наявних ресурсів, незалежно від джерел їх залучення, та скільки товарів і послуг продано за досліджуваний період на кожну гривню використаних активів. Коефіцієнт оборотності активів може коливатися, залежно від сфери діяльності компанії, тому нормативне значення відсутнє.

Рентабельність продажів, що є співвідношенням чистого прибутку, а в нашому випадку збитку та чистого доходу реалізації продукції у відсотковому виразі не стабільна. Цей показник використовується в якості основного індикатора для оцінки фінансової ефективності підприємства та характеризує найважливіший аспект діяльності компанії – реалізацію основної продукції. Коливання від'ємного прибутку, одержаного з кожної гривні коштів (власних або позикових), вкладених у підприємство на протязі дослідженого періоду дорівнює мінімум (–0,6%) у 2011 році і максимум (–44,2%) у 2012 році. У 2013 році спостерігається найкраща рентабельність продажу (13,58%) та станом на 2020 рік дорівнює (–8,9%).

Рентабельність активів відображає ефективність використання

інвестованого капіталу і пов'язує основну та інвестиційну діяльність підприємства, які характеризуються відповідно рентабельністю продажів і ресурсовіддачею – коефіцієнтом оборотності активів. На протязі 2011–2020 років спостерігається від'ємний показник, окрім 2013 року (0,66%).

Аналіз показав, що майже всі показники рентабельності за період, що розглядається, мають від'ємне значення. За правилом оцінки результатів аналізу від'ємні значення показника рентабельності не беруться до уваги, тому що основним критерієм оцінювання показників рентабельності є умова «рентабельність вище нуля». Тому немає можливості зробити об'єктивні висновки за результатами аналізу. Але можна зробити висновок, що підприємству вкрай необхідно переглянути свою систему стратегій та змінити підходи до всіх сфер діяльності.

На перший погляд напрошується висновок, що підприємство на межі банкрутства, але у зв'язку з тими, що показники рентабельності мають від'ємне значення, потрібно проаналізувати динаміку цих показників. Проблему невизначеності за результатами аналізу можна вирішити за рахунок проведення динамічного аналізу показників моделі (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Динаміка показників факторного аналізу рентабельності власного капіталу за моделлю DuPont AT
«Одеський консервний завод дитячого харчування»*

Показник	Абсолютна зміна за роками								
	2012/ 2011	2013/ 2012	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	-4120	5142	-2038	-2333	527	873	-1283	850	158
Чистий дохід, тис. грн	-14503	-3201	10466	2035	5707	-2845	-370	3098	2084
Вартість власного капіталу, тис. грн	28896	-1695	214,5	-1989	-3249,5	-2531,5	-2736,5	-2855	-2449,5
Вартість активів, тис. грн	35471	-3683,5	-2217,5	-2435	-2804	-3200	-3796,5	-3479	3773
Рентабельність власного капіталу, %	-3,47	4,39	-1,76	-2,06	0,39	0,74	-1,27	0,74	0,10
Рентабельність активів, % мод.	-3,00	3,81	-1,56	-1,85	0,36	0,66	-1,15	0,66	0,20
Рентабельність продажів, %	-43,59	57,78	-20,45	-11,57	6,41	2,43	-6,15	5,45	1,40
Коефіцієнт оборотності активів	-0,17	-0,02	0,08	0,02	0,05	-0,02	0,00	0,03	0,01
Коефіцієнт фінансового важелю	0,02	-0,01	-0,02	0,00	0,01	0,00	-0,01	0,00	0,06
Рентабельність капіталу	-3,00	3,81	-1,56	-1,85	0,36	0,66	-1,15	0,66	0,20

* Джерело: розраховано автором

За результатами аналізу, наведено у таблиці 3.3 можна зробити наступні висновки.

На протязі досліджуваного періоду підприємство отримувало чистий збиток, але наявне поступове покращення за 2019–2020 роки. Динаміка показників чистого доходу теж показує зростання, але вартість власного капіталу за 2011–2020 роки поступово знижується. Тобто, витрати перевищують доходи, але підприємство здійснює ефективну операційну діяльність, а до збитковості підприємства приводить неефективні фінансова та інвестиційна діяльності.

Вартість активів за період з 2012–2019 роки відносно попереднього звітного року постійно знижувалась, але у 2020 році навпаки приріст на 3773 тис. грн. На цьому фоні значення коефіцієнту оборотності активів незначно коливається, а в 2017–2018 роках різниця дорівнює нулю.

Динаміка рентабельності продаж має стрибкоподібний характер, це може бути пов'язано з темпами зростання або падіння чистого прибутку відносно темпів зростання або падіння чистого доходу. Причиною може бути зміна обсягів та асортименту продажів.

Основними елементами собівартості продукції є змінні і постійні витрати, причому співвідношення між ними може бути різним і визначається технічною і технологічною політикою, обраною на підприємстві. Зміна структури собівартості може істотно вплинути на величину прибутку. Інвестування в основні засоби супроводжується збільшенням постійних витрат і, теоретично, зменшенням змінних витрат. Однак ця залежність носить нелінійний характер, тому знайти оптимальне поєднання постійних і змінних витрат не просто.

Рівень коефіцієнту фінансового важелю залежить від кон'юнктури товарного і фінансового ринку, рентабельності основної діяльності, стадії життєвого циклу підприємства, його фінансової стратегії також і величину виробничого ризику підприємства. Зростання фінансового важелю

супроводжується підвищенням ступеня фінансового ризику, пов'язаного з можливою недостатністю коштів для виплати процентів за кредити і позики. Незначна зміна бруто-прибутку і рентабельності інвестованого капіталу в умовах високого фінансового важелю може призвести до значної зміни чистого прибутку, що небезпечно при спаді виробництва.

Аналіз змін показників моделі свідчить, про незначну позитивну динаміку рентабельності власного капіталу за рахунок позитивної динаміки рентабельності активів, на яку впливає підвищення рентабельності продажів. В свою чергу майже незмінний коефіцієнт фінансового важелю гальмує більш інтенсивне підвищення рентабельності власного капіталу. Тому підприємству, в першу чергу, необхідно оптимізувати структуру джерел коштів.

Для отримання об'єктивних результатів діагностики виробничо-господарської діяльності АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» проведемо аналіз коефіцієнтів фінансової стійкості підприємства (табл. 3.4).

Як показав аналіз, всі коефіцієнти знаходяться в межах норми, тому можна зробити висновок, що у підприємства має фінансову стійкість.

Таблиця 3.4

Аналіз фінансової стійкості АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» в 2011-2021 роках

Найменування коефіцієнтів	Значення коефіцієнтів										
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1. К-т автономії	0,93	0,94	0,87	0,89	0,90	0,89	0,89	0,89	0,90	0,90	0,80
2. К-т відношення запозичених до власних засобів	0,08	0,06	0,15	0,13	0,11	0,12	0,12	0,13	0,11	0,12	0,24
3. К-т мобільності	0,01	-0,02	-0,13	-0,07	-0,03	0,00	0,00	0,03	0,03	0,05	-0,14
4. К-т фінансової стійкості	0,96	0,94	0,98	0,99	0,99	0,98	0,98	0,97	0,97	0,97	0,95
5. К-т забезпечення матеріальних витрат власними засобами	2,18	-4,32	-66,45	-44,25	-21,01	0,62	0,62	24,45	34,88	45,42	-24,79
6. К-т фінансування	12,70	15,51	6,52	7,81	9,03	8,02	8,02	7,97	8,96	8,89	4,11
7. К-т покриття	1,93	0,76	0,82	3,65	8,05	5,91	5,91	4,80	4,99	4,68	1,84

3.2 Діагностика виробничо-господарської діяльності ПАТ «Житомирський консервний завод»

У процесі аналізу та оцінки фінансових результатів суб'єктів господарювання важливою складовою якісної оцінки є інформаційна база даних, тобто вихідні дані, які використовуються для аналізу та оцінки результатів фінансово-господарської діяльності. У сучасних умовах інформаційною основою для аналізу фінансових результатів діяльності підприємства та його прибутковості є: фінансовий план; форма 1 «Баланс» (звіт про фінансовий стан); форма 2 «Звіт про фінансові результати» (звіт про загальний дохід); форма 3 «Звіт про рух грошових коштів»; форма 4 «Звіт про зміни у власному капіталі» (Звіт про зміни у власному капіталі).

За даними річної фінансової звітності ПАТ «Житомирський консервний завод» [46] з метою оцінки результатів інвестиційної діяльності підприємства та управління рухом грошових потоків проведено системний фінансовий аналіз результатів інвестиційної діяльності підприємства за трифакторною моделлю Дюпона (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Показники факторного аналізу рентабельності власного капіталу за моделлю DuPont
ПАТ «Житомирський консервний завод»

Показник	Значення за роками									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	-120	-122	-93	-62	-152	111	-60	73	47	-494
Чистий дохід, тис. грн	750	802	813	767	1143	2596	3802	4303	4240	4345
Вартість власного капіталу, тис. грн	860,05	718,8	536,45	454	347	326,5	352	358,5	418,5	194,95
Вартість активів, тис. грн	3519,55	3408,55	3223	3135,5	3099,5	3158,5	3553,5	3466,5	3056,5	2986,5
Рентабельність власного капіталу, %	-13,95	-16,97	-17,34	-13,66	-43,80	34,00	-17,05	20,36	11,23	-253,40
Рентабельність активів, %	-3,41	-3,58	-2,89	-1,98	-4,90	3,51	-1,69	2,11	1,54	-16,54
Рентабельність продажів, %	-16,00	-15,21	-11,44	-8,08	-13,30	4,28	-1,58	1,70	1,11	-11,37
Коефіцієнт обіговості активів	0,21	0,24	0,25	0,24	0,37	0,82	1,07	1,24	1,39	1,45
Коефіцієнт фінансового важелю	4,09	4,74	6,01	6,91	8,93	9,67	10,10	9,67	7,30	15,32
Рентабельність капіталу	-3,41	-3,58	-2,89	-1,98	-4,90	3,51	-1,69	2,11	1,54	-16,54

* Джерело: розраховано автором

За даними (табл. 3.5) значення показнику чистого прибутку ПАТ «Житомирський консервний завод» у 2020 році значно погіршується та стає від'ємним (–494) тис. грн, незважаючи на зростання чистого доходу, на тлі якого підприємство на протязі 2011–2020 років продовжує зменшувати розміри вартості власного капіталу. На фоні існуючих показників рентабельність власного капіталу говорить про загальну тенденцію стрімкого зниження ефективності бізнесу підприємства к 2020 року. Щоб зрозуміти причину цих змін, потрібно проаналізувати динаміку факторів, що впливають на рентабельність власного капіталу (табл. 3.5)

Коефіцієнт оборотності активів, який є співвідношенням чистого доходу та вартості активів на протязі перших 3 років збільшується і досягає у 2013 році значення (0,25), потім у 2014 році трошки знижується до (0,24), але за останні п'ять років спостерігається поступове збільшення показника до 2020 року та дорівнює (1,45). Таке значення показника свідчить про поліпшення стану ефективності використання підприємством усіх наявних ресурсів, незалежно від джерел їх залучення, та скільки товарів і послуг продано за досліджуваний період на кожную гривню використаних активів. Коефіцієнт оборотності активів може коливатися, залежно від сфери діяльності компанії, тому нормативне значення відсутнє.

Рентабельність продажів, що є співвідношенням чистого прибутку, а в нашому випадку збитку та чистого доходу реалізації продукції у відсотковому виразі не стабільна. Цей показник використовується в якості основного індикатора для оцінки фінансової ефективності підприємства та характеризує найважливіший аспект діяльності компанії – реалізацію основної продукції. Коливання від'ємного прибутку, одержаного з кожної гривні коштів (власних або позикових), вкладених у підприємство на протязі дослідженого періоду дорівнює мінімум (–16%) у 2011 році і максимум (4,28%) у 2016 році. Потім рентабельність продажів починає у 2017 році стрімко падає – (–1,58%) та станом на 2020 рік дорівнює (–11,37%).

Рентабельність активів відображає ефективність використання інвестованого капіталу і пов'язує основну та інвестиційну діяльність підприємства, які характеризуються відповідно рентабельністю продажів і ресурсовіддачею – коефіцієнтом оборотності активів. На протязі 2011–2020 років спостерігається від'ємний показник, а у 2016 року він досягає максимуму за весь досліджуваний період – (4,28%).

Можна зробити висновок, що підприємство потерпає значне погіршення фінансового стану, але треба уважно придивіться к динаміці цих показників (табл. 3.5).

Динаміка чистого прибутку ПАТ «Житомирський консервний завод» до 2014 року має від'ємне значення, але видно поступове покращення, якщо у 2011 році показник дорівнював (–120) тис. грн, то у 2013 році – (–62) тис. грн., але у 2015 році знов зниження – (–152) тис. грн. У 2017-2018 роках знов іде хвиля підвищення на (133) тис. грн, а потім стрімкий спад у 2020 році на (–541) тис. грн (табл. 3.5). Чистий дохід взагалі за весь період показує приріст окрім показника у 2013-2014 році – (–46) тис. грн, але вартість власного капіталу за 2011-2020 роки постійно знижується, якщо у 2011 році вона дорівнювала (860,05) тис. грн, то у 2020 році – (194,95) тис. грн. У даному випадку витрати перевищують доходи, тому як підприємство дохід отримало, а прибуток – ні. Вартість активів за період з 2011–2020 роки постійно знижувалась, і у 2020 році дорівнює (2986,5) тис. грн, значення коефіцієнту оборотності активів покращується та у 2020 році досягає максимального значення за весь досліджуваний період – (1,45).

Таблиця 3.6

**Динаміка показників факторного аналізу рентабельності власного капіталу за моделлю DuPont ПАТ
«Житомирський консервний завод»***

Показник	Абсолютна зміна за роками								
	2012/ 2011	2013/ 2012	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	-2	29	31	-90	263	-171	133	-26	-541
Чистий дохід, тис. грн	52	11	-46	376	1453	1206	501	-63	105
Вартість власного капіталу, тис. грн	- 141,25	-182,35	-82,45	-107	-20,5	25,5	6,5	60	-223,55
Вартість активів, тис. грн	-111	-185,55	-87,5	-36	59	395	-87	-410	-70
Рентабельність власного капіталу, %	-3,02	-0,36	3,68	-30,15	77,80	-51,04	37,41	-9,13	-264,63
Рентабельність активів, % мод.	-0,17	0,69	0,91	-2,93	8,42	-5,20	3,79	-0,57	-18,08
Рентабельність продажів, %	0,79	3,77	3,36	-5,21	17,57	-5,85	3,27	-0,59	-12,48
Коефіцієнт обіговості активів	0,02	0,02	-0,01	0,12	0,45	0,25	0,17	0,15	0,07
Коефіцієнт фінансового важелю	0,65	1,27	0,90	2,03	0,74	0,42	-0,43	-2,37	8,02
Рентабельність капіталу	-0,17	0,69	0,91	-2,93	8,42	-5,20	3,79	-0,57	-18,08

* Джерело: розраховано автором

Динаміка рентабельності продаж коливається, це може бути пов'язано з темпами зростання або падіння чистого прибутку відносно темпів зростання або падіння чистого доходу (табл. 3.6). Причиною може бути зростання цін на продукцію та зміна структури асортименту реалізації.

Динаміка фінансового важелю підприємства вказує на підвищення показника і досягає максимального значення за весь період у 2020 році – (15,32). Така ситуація супроводжується підвищенням ступеня фінансового ризику, пов'язаного з можливою недостатністю коштів для виплати процентів за кредити і позики.

Рентабельність капіталу значно погіршилась у 2020 році та досягла максимально від'ємного значення за 2011–2020 роки – (–16,54).

Аналіз динаміки показників ПАТ «Житомирський консервний завод» виявив незадовільний фінансовий стан підприємства, який має тенденцію до погіршення. Недостатність обігових коштів, що створює труднощі, призводить до обмеженої платоспроможності і відповідно не дає можливість відновлювати та розширювати виробництво. При здійсненні господарської діяльності витрати товариства перевищують доходи, тому підприємство отримує збиток, це погано відображається на фінансових показниках та не сприяє його розвитку. Підприємство вимушене працювати в умовах практичної відсутності обігових коштів, не може дозволити собі модернізувати та оновити основні засоби. Потрібні зовнішні інвестиції для поліпшення стану існуючих виробничих потужностей та оздоровлення фінансового стану підприємства в цілому.

Для отримання об'єктивних результатів діагностики виробничо-господарської діяльності ПАТ «Житомирський консервний завод» проведемо аналіз коефіцієнтів фінансової стійкості підприємства (табл. 3.7).

Як показав аналіз, всі коефіцієнти знаходяться по за межами норми, тому можна зробити висновок, що у підприємства немає фінансової стійкості.

Таблиця 3.7

Оцінка фінансової стійкості ПАТ «Житомирський консервний завод»

Найменування коефіцієнтів	Значення коефіцієнтів										
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1. К-т автономії	0,48	0,52	0,36	0,33	0,33	0,32	0,32	0,34	0,35	0,33	0,34
2. К-т відношення запозичених до власних засобів	1,08	0,92	1,78	2,03	2,02	2,14	2,17	1,96	1,81	2,00	1,90
3. К-т мобільності	0,18	0,12	0,29	-0,01	-0,17	-0,38	-0,27	-0,18	-0,08	-0,08	0,02
4. К-т фінансової стійкості	0,48	0,52	0,36	0,58	0,33	0,32	0,32	0,34	0,35	0,33	0,34
5. К-т забезпечення матеріальних витрат власними засобами	0,17	0,12	0,21	-0,01	-0,11	-0,29	-0,19	-0,14	-0,07	-0,07	0,02
6. К-т фінансування	0,96	1,12	0,57	0,51	0,52	0,49	0,49	0,54	0,61	0,53	0,55
7. К-т покриття	1,20	1,16	1,19	1,62	0,95	0,87	0,92	0,95	1,06	1,01	1,05

*Джерело: розраховано автором

3.3 Практичне застосування результатів діагностики в управлінні виробничо-господарською діяльністю підприємств консервної галузі на прикладі ПАТ «Житомирський консервний завод»

Слідування визначеним шляхам та реалізація резервів підвищення прибутковості потребує формулювання цілей та наявності плану подальших дій, тобто обґрунтування стратегії підвищення прибутковості. З метою забезпечення достовірною інформацією процес прийняття рішення в управлінні підприємством на практиці використовують методи стратегічного аналізу та методи обґрунтування стратегії підвищення прибутковості.

Для аналізу середовища підприємства використовують різноманітні методи (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Класифікація методів стратегічного аналізу та стратегічного управління*

Ознака класифікації	Група методів	Моделі
За способом оцінювання	Кількісні	Диференційований метод Інтегральний метод Метод різниць Метод балів
	Якісні	SWOT-аналіз Метод експертних оцінок Евристичні методи
За формою представлення результатів	Матричні	Модель BKG Метод MakKinsy Модель Shell / DPM Метод PIMS Матриця ADLAC Матриця І. Ансоффа
	Індексні (аналітичні)	Інтегральні методи Метод конкурентних переваг Теорія ефективної конкуренції Конкурентоспроможність продукції
	Графічні	Радіальна діаграма Багатокутник конкурентоспроможності Метод профілів

Ознака класифікації	Група методів	Моделі
За показниками та змінними	Методи, що характеризують ринкові позиції	Модель BKG Метод MakKinsy Модель Shell / DPM Метод PIMS Модель М. Портера
	Методи, що характеризують рівень менеджменту	Метод LOTS Метод експертної оцінки Ситуаційний аналіз Карти стратегічних груп Бенчмаркінг
	Методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність	Методи фінансово-економічного аналізу Методи прогнозування фінансового стану
За аспектами функціонування	Спеціальні	Конкурентоспроможність продукції Матричні методи
	Комплексні	Індексні методи Інтегральні методи, Методи балів Метод ранжирування

*Джерело: складено автором за [47, с. 185; 48]

У світовій економічній науці аналіз основних факторів зовнішнього макросередовища називається PEST-аналізом. PEST-аналіз (іноді позначають як STEP) – це маркетинговий інструмент, призначений для виявлення політичних (P – political), економічних (E – economic), соціальних (S – social) і технологічних (T – technological) аспектів зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємства. Цей аналіз ставить за мету виявити ті фактори зовнішнього середовища, які найбільше впливають на організацію, а також передбачити динаміку впливу цих факторів (сприятливу чи несприятливу) [49].

Основним методом аналізу мікросередовища підприємства є модель п'яти конкурентних сил, розроблена професором Гарвардської школи бізнесу М. Портером. До мікросередовища відносяться постачальники підприємства, торговельні та фінансові посередники, споживачі продукції, основні конкуренти, тощо. Аналіз п'яти конкурентних сил М. Портера – метод конкурентного аналізу ринку та формування ринкової конкурентної стратегії підприємства.

Зміна прибутковості безпосередньо пов'язана із витратами

виробництва продукції. Підприємство, зацікавлене у збільшенні прибутковості і конкурентоспроможності, включає в свою загальну стратегію лідерство і фокусування, за допомогою матриці М. Портера здійснює варіанти пошуку шляхів їх досягнення [50]

Лідерство на основі зниження витрат (цін) полягає в орієнтації на зайняття лідируючого положення в галузі чи великому сегменті ринку, за рахунок економії на витратах при виготовленні масової продукції, а лідерство в диференціації продукції – створення унікальних у будь-якому аспекті продуктів, який визнається цінним і важливим достатньою кількістю споживачів. Фокусування спрямоване на підвищення спеціалізації та концентрації діяльності корпорації, з урахуванням вимог цього сегмента без орієнтації на весь ринок.

Таблиця 3.9

Модель SWOT-аналізу

Характеристики	Позитивний вплив	Негативний вплив
Внутрішнє середовище	Strength – сильні сторони: властивості проєкту чи організації, які надають переваги серед інших у галузі	Weakness – слабкі сторони: властивості, які послаблюють організацію, проєкт, систему управління
Зовнішнє середовище	Opportunities – можливості: зовнішні потенційні фактори, які надають додаткові можливості для досягнення цілі	Threats – загрози: зовнішні потенційні фактори, які можуть ускладнити досягнення цілі

* Джерело: складено автором за [51]

Залежно від вибору стратегії корпорація вибирає спосіб зниження затрат. Це може бути:

- 1) здійснення різноманітних поставок продукції з обслуговуванням багатьох сегментів ринку або галузі;
- 2) економія на масштабах корпорації, яка дозволяє вибрати оптимальний обсяг виробництва при мінімізації витрат;
- 3) упровадження передової технології й одержання вільного доступу до джерел сировини;
- 4) збільшення інвестицій в сучасне устаткування при постійному

відслідковуванні технічних новинок;

5) встановлення ефективної структури витрат на виробництво продукції [50].

На підставі результатів PEST-аналізу та аналізу п'яти конкурентних сил за М. Портером проводиться SWOT-аналіз, який передбачає аналіз як внутрішнього, так і зовнішнього середовища функціонування підприємства, причому фактори, що аналізуються, групуються у чотири блоки: S – сильні сторони у діяльності підприємства (strengthes); W – слабкі сторони у діяльності підприємства (weaknesses); O – можливості, надані середовищем, що можуть бути використані для поліпшення конкурентної позиції (opportunities); T – загрози середовища, які можуть здійснювати негативний вплив на діяльність підприємства (threats) (табл.3.2).

SWOT-аналіз – дозволяє визначити слабкі сторони діяльності та пропонує їх знівелювати за рахунок розвитку сильних сторін. На відміну від PEST-аналізу, відомий у стратегічному менеджменті метод SWOT-аналізу дозволяє не лише ідентифікувати стан зовнішнього середовища компанії, але й зіставити його з деякими внутрішніми характеристиками підприємства та сформулювати уявлення про його імовірний стратегічний вибір. За традиційною схемою SWOT сила (strength), слабкість (weakness), можливості (opportunities) і загрози (threats) вдається встановити лінії зв'язку між силою і слабкістю, які притаманні організації, та зовнішніми загрозами і можливостями.

Методологія SWOT припускає спочатку виявлення сильних і слабких сторін компанії, а також загроз і можливостей зовнішнього середовища, і після цього встановлення ланцюжків зв'язків між ними, які в подальшому можуть бути використані для формулювання стратегії організації [51].

SPACE-аналіз є логічним продовженням SWOT-аналізу. Однак його основні ідеї недостатньо використовуються не лише в практиці діяльності підприємств, але й на рівні методичних розробок та рекомендацій. В основу

SPACE-аналізу закладена ідея, що стратегічна конкурентна позиція підприємства є функцією фінансової стійкості (сили) підприємства та конкурентоспроможності продукції.

GAP-аналіз розроблений у Стенфордському дослідницькому інституті в Каліфорнії. Він являє собою спробу знайти методи розробки стратегії й методи управління, завдяки яким можна привести справи у відповідність з найвищим рівнем вимог. GAP-аналіз, або аналіз розривів, який знайшов широке застосування як ефективний метод стратегічного аналізу, також може використовуватися для діагностики проблем фірми.

GAP-аналіз – допомагає розробити стратегію і методи управління за обраних пріоритетів діяльності. Аналіз стратегічного розриву (GAP) розглядає стратегію компанії та тісно пов'язаний з порівняльним аналізом (порівняння себе з конкурентами або кращими практиками) [52]. Термін «розрив стратегії» означає різницю між фактичною ефективністю та бажаною, як зазначено в місії, цілях компанії та стратегії їх досягнення. Це загроза для майбутньої діяльності фірми, зростання та виживання, що, ймовірно, вплине на ефективність компанії. Існує чотири типи розривів:

- розрив у прибутках (відмінність між цільовим та фактичним прибутком компанії);
- розрив у продуктивності (різниця між очікуваною та фактичною ефективністю);
- розрив у продукті/ринку (розрив між бюджетними продажами та фактичними продажами);
- розрив робочої сили, коли спостерігається відставання між необхідною кількістю та якістю робочої сили й фактичною чисельністю в організації [53].

Даний аналіз можна використовувати як для групи підприємств, так і для одного підприємства.

Таким чином, GAP-аналіз можна назвати інструментом ліквідації

розбіжностей між бажаною та прогнозованою конкурентоспроможністю [54, с. 77].

Метод аналізу PIMS (Profit Impact of Market Strategy) – метод аналізу впливу ринкової стратегії на прибуток. Був розроблений в середині 60-х років у компанії «General Electric».

В умовах науково-технічного прогресу, високої інноваційної діяльності виникає необхідність у гнучкості суб'єктивних чинників прибутку. Зокрема, «вплив ринкової стратегії на прибуток» (PIMS –) як інструмент стратегічного аналізу прибутковості підприємства застосовується в таких аналітичних моделях як:

- 1) модель оцінки «номіналу» прибутковості;
- 2) модель «чутливості стратегії»;
- 3) модель оптимальної стратегії;
- 4) обмежена інформаційна модель;
- 5) модель стратегічного аналога;
- 6) графік прибутковості «Майсигми».

Метод PIMS-аналізу представляє собою зведення усіх змінних, які впливають на довгострокову прибутковість компанії. Ця модель, що використовує приблизно тридцять змінних, дозволяє виявити біля 67% факторів успіху компанії.

За допомогою моделі можна порівнювати дані, які характеризують діяльність підприємств, функціонуючих у відповідній галузі, з даними емпіричного матеріалу моделі.

Використання емпіричного матеріалу є великою перевагою моделі тому, що дозволяє скоротити розбіжності між абстрактним (теоретичним) і конкретним (практичним).

Вирішальні фактори прибутковості для будь-якої галузі представлені на рис. 3.1. Ці фактори поділяються на три групи: конкурентна ситуація, виробнича структура, ринкова ситуація, а також ранжуються за їх

значимістю. Знак «+» означає позитивний ефект на прибутковість, а знак «-» – негативний.

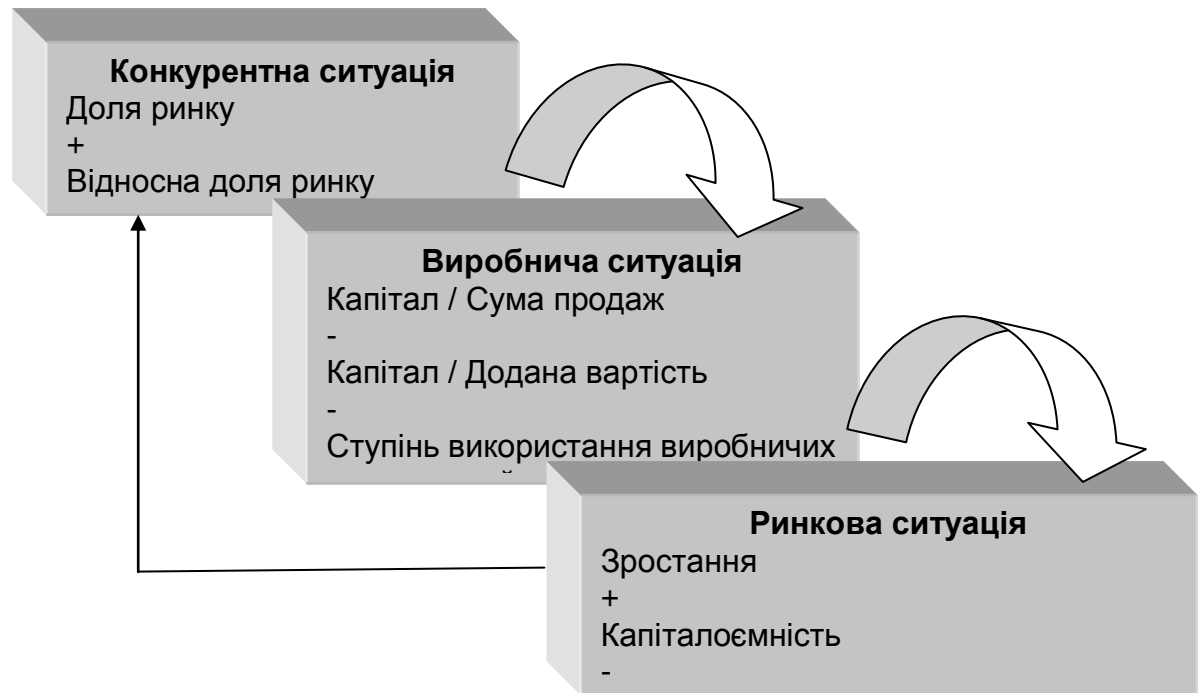


Рис. 3.1. Вирішальні фактори прибутковості за методом PIMS-аналізу *

* Джерело: складено автором за [55]

Найсильніший вплив на норму прибутку (у порядку зростання) справляють: продуктивність праці; відносна доля компанії на ринку; відносна якість продукту; капіталомісткість.

Основна перевага моделі PIMS полягає у спробі виміряти відносну якість продукту, так як вирішальною умовою успіху в бізнесі є задоволення потреби споживачів. У цій моделі передбачається оцінити відповідність структури виробництва структурі потреб. База даних моделі PIMS формується в Бостонському інституті стратегічного планування.

Метод аналізу LOTS було розроблено у 1980 році в Швеції. LOTS в перекладі зі шведської мови означає «лоцман». Він включає детальне, послідовне обговорення ряду проблем бізнесу на різних рівнях і різному ступені складності: від корпоративної місії компанії в цілому до індивідуального проекту в середині підприємства.

Обговорення включає дев'ять етапів і стосується: існуючого

положення; стратегії; довгострокових цілей; короткострокових цілей; методів і об'єктів аналізу; кадрового потенціалу; планів розвитку; організації менеджменту; звітності.

При обговоренні цих проблем можуть бути використані різні моделі ділової стратегії і способи вирішення задач. Кінцевою ціллю є розробка позиції, яка дозволить компанії, підрозділу чи окремому індивідууму правильно будувати свої взаємовідносини із зовнішнім оточенням, збільшуючи, таким чином, свою конкурентоспроможність.

LOTS дозволяє пристосовувати діяльність до змін вимог споживачів.

Модель аналізу McKinsey «7S» була розроблена консалтинговою фірмою «McKinsey» з США для аналізу бізнес портфеля компанії «General Electric». Назва моделі походить від назви компанії і семи факторів, назви яких англійською мовою починаються на букву «S»: strategy – стратегія, skill – навички, shared values – загальноприйняті цінності, structure – структура, systems – системи, staff – кадри, style – стиль. Даний метод передбачає виділення наступних факторів, які впливають на розвиток фірми: стратегія; навички; цінності; структура фірми; системи (правила, процеси); штат (структура, досвід); стиль поведінки.

В основу методу McKinsey покладені такі основні оцінні показники: стратегічне положення фірми; привабливість ринку.

Стратегічне положення фірми оцінюється за такими індикаторами: відносний розмір фірми; доля ринку; порівняна рентабельність; чистий дохід; – технологічний стан; керівництво та персонал.

Привабливість ринку оцінюється за наступними показниками: абсолютний розмір; темпи зростання ринку; ціноутворення; структура конкуренції; галузева норма прибутку.

Матриця Hofer/Schendel (рис. 3.3), розроблена Чарльзом В. Хофером і Ден. Шенделом, називається моделлю Hofer/Schendel. Автори цієї моделі вважали, що такі моделі, як BCG і McKinsey, не придатні для аналізу нових

типів можливої виробничо-комерційної діяльності на нових ринках, тобто для аналізу фірм, які виходять на ринок.

У своїй моделі Хофер і Шендел пропонують три типи ідеального бізнес-набору на рівні корпорації.

Корпорації можуть прагнути до досягнення одного ідеального набору з трьох. Цілі, завдання і необхідні ресурси для кожного з них різні і це може привести до різного розвитку сценарію в майбутньому.

Таблиця 3.10

Матриця Hofer/Schendel*

Стадії розвитку ринку		Відносна конкурентна позиція бізнесу	
Сильна	Середня	Слабка	Погана
Розвиток	Стратегічне зростання частки ринку		Ресурсна стратегія або стратегія ліквідації
Зростання		Стратегія зростання	
Зрілість, насичення	Стратегія зростання прибутку	Стратегія концентрації на своєму ринку	Стратегія ліквідації або відмова від бізнесу
Спад	Стратегія скорочення активів		Відмова від бізнесу

* Джерело: складено автором за [56, с. 224]

Матриця будується на припущенні, що можуть бути тільки два шляхи оптимізації набору видів бізнесу організації: покупка нового (посилення існуючого) виду бізнесу; продаж (або ослаблення існуючого) виду бізнесу. У моделі пропонуються наступні типи ідеального бізнес-набору фірми: набір зростання; набір прибутку; збалансований набір.

Основне функціональне значення матриці – дозволяє визначити стадії еволюції або життєвого циклу ринку.

Матриця Shell/DPM, розроблена Британсько-Голландською хімічною компанією Shell, одержала назву Shell/DPM (Direct Policy Matrix) – матриця спрямованої політики (табл. 3.11). Матриця Shell/DPM є двофакторною матрицею розмірністю 3x3, призначення якої зводиться до оцінки кількісних і якісних параметрів бізнесу, тобто вона призначена для багатопараметричного стратегічного аналізу. Осі матриці відображають

конкурентоспроможність бізнесу і галузеву привабливість.

Таблиця 3.11

Матриця Shell/DPM*

Конкурентоспроможність бізнесу			
Привабливість галузі	Подвоїти обсяг виробництва або згорнути бізнес	Підсилювати конкурентні переваги	Лідер виду бізнесу
Продовжувати бізнес з обережністю або частково згортати виробництво	Продовжувати бізнес з обережністю	Зростання	
Згортати бізнес	Частково згортати бізнес	Генератор готівки	

* Джерело: складено автором за [56, с. 225]

Модель Shell/DPM дозволяє вибрати певну стратегію фірми залежно від життєвого циклу конкретного виду продукції або грошового потоку.

Матриця І. Ансоффа описує використання можливих стратегій в умовах розширення ринку (табл. 3.12).

Згідно зі схемою, підприємству необхідно визначити своє становище на ринку та спрямувати свої зусилля на:

- більш глибоке впровадження існуючого товару на існуючий ринок;
- розширення рамок ринку із існуючими товарами на нових ринках;
- впровадження нових товарів на існуючих ринках;
- диверсифікації нових товарів на нових ринках.

Таблиця 3.12

Матриця І. Ансоффа*

Продукти		Ринки	
Існуючі		Нові	
Існуючі	Проникнення на ринок	Розвиток ринку	
Посилення заходів маркетингу з метою стабілізації або розширення місткості ринку: – збільшення споживання; – залучення покупців конкуруючих продуктів; – активізація латентної потреби (реклама, зниження ціни).		Вихід на нові ринки з існуючим продуктом: – збут на нових ринках; – розширення функції продукту; – пристосування існуючого продукту до вимог певних сегментів ринку (сегментування);	
Нові	Розвиток товару	Диверсифікація	
Продаж нових продуктів на існуючих ринках: – запровадження дійсно нових продуктів, квазінових і нових лише для фірми		Продаж нових продуктів на нових ринках (технології, канали збуту), що пов'язано з діяльністю на стагнуючих ринках, фінансовими вигодами, страхуванням постачання чи збуту	

* Джерело: складено автором за [56, с. 226]

Матриця Ансоффа і до цього часу залишається найбільш популярним і ефективним інструментом при прийнятті стратегічних рішень розвитку.

На підставі результатів діагностики у зв'язку із незадовільним результатом виробничо-господарської діяльності з метою покращення стану підприємства пропонується система цілей, стратегій і проєктних пропозицій для прийняття управлінського рішення за ПАТ «Житомирський консервний завод» (таблиця 3.13).

Таблиця 3.13

**Система цілей, стратегій і проєктних пропозицій для прийняття управлінського рішення для
ПАТ «Житомирський консервний завод»**

Рівень стратегії	Мета	Метод	Захід
1	2	3	4
Базова стратегія	Економічна мета – зберегти підприємство й ринок збуту	Стратегія розвороту (економії)	1. Застосовується, коли організація переживає період спаду й робить скорочення штатів і витрат 2. Концентрація зусиль на основних сферах діяльності
Конкурентна стратегія	Конкурентна мета – збереження конкурентоспроможності	Утримання конкурентних переваг	1. Дотримання співвідношення ціна-якість на середньогалузевому рівні у відповідних сегментах ринку
Організаційна стратегія	Організаційна мета – посилення ролі функції контролю на підприємстві	Реорганізація аналітичних служб	1. Оптимізація бізнес-процесів 2. Створення аналітичного відділу 3. Впровадження діагностики кризового стану підприємства й контролінгу
Інвестиційна стратегія	1. Прискорення оборотності оборотних активів 2. Підвищення ефективності інвестицій в основний капітал	1. Реструктуризація активів 2. Підвищення ефективності використання необоротних активів	1. Припинення інвестицій 2. Звільнення підприємства від активів, які неможливо використати 3. Збереження на підприємстві й пошук способів ефективного застосування активів, які не використовуються в цей час
Ресурсні стратегії	Фінансова мета – формування оптимальної структури капіталу й забезпечення дотримання фінансової дисципліни	Реструктуризація пасивів	1. Відмова від залучення зовнішніх фінансових засобів 2. Концентрація в часі повернення засобів 3. Досягнення фінансової незалежності

Продовження табл. 3.13

1	2	3	4
	Технологічна мета – дотримання існуючої технології для збереження рівня якості продукції	Технологічна реструктуризація	1. Дотримання стабільної технології виробництва профільної продукції як основа функціонування («технологічний тип підприємства»)
	Логістична мета – забезпечення величини запасів, необхідної для ритмічності виробництва	Стратегія обсягу ресурсних запасів	1. Формування короткострокового запасу ресурсів 2. Впровадження нормування запасів
	Виробнича мета – виробництво продукції високої якості, простої відтворення	Стратегія забезпечення сировиною й матеріалами	1. Удосконалення технології використання сировини, в цьому випадку – економія матеріальних ресурсів
	Соціальна мета – підвищення ефективності використання персоналу	Високий ступінь взаємозамінності працівників	1. Підвищення продуктивності праці 2. Підвищення кваліфікації персоналу шляхом впровадження наставництва 3. Стимулювання підвищення якості праці
Товарно-ринкова стратегія	Концентрація й збереження частки ринку	Стратегія ринкової експансії	1. Збереження сектора ринку 2. Зміцнення позицій на традиційних ринках
Стратегія продукту	Маркетингова мета – забезпечення збереження величини обсягу реалізації на колишньому рівні	Збереження досягнутих позицій на старих ринках збуту продукції в економічних умовах, що змінилися	1. Підвищення якості продукції 2. Проходження за кон'юктурою ринку

*Джерело: складено автором

За результатами аналізу та оцінки його результатів було складено систему цілей, стратегій та проєктних пропозицій для подальшого розвитку підприємства.

Отримані результати свідчать, що теперішній стан ефективності діяльності дозволяє здійснювати просте відтворення в рамках стратегії розвороту (економії). Отже, не має сенсу у додатковому інвестуванні та розширенні виробничо-господарської діяльності підприємства.

Однак, можна здійснювати розширене відтворення в рамках стратегії диверсифікації.

Цей варіант дозволить підприємству зберегти досягнутий економічний ефект діяльності підприємства.

На прикладі діагностики кризового стану ПАТ «Житомирський консервний завод» можна зробити висновок, що застосування в умовах невизначеності методів діагностики розширює можливості менеджменту підприємства з формулювання конкретних цілей розвитку підприємства, які погоджено, й розробці відповідних стратегій залежно від досягненого рівня економічного ефекту.

Пропонований підхід визначає застосування діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств, на підприємствах консервної галузі України, які здійснюють господарську діяльність в умовах високої невизначеності й динамічності конкурентного середовища.

Висновок за розділом 3

За даними річної фінансової звітності АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» та ПАТ «Житомирський консервний завод» з метою оцінки результатів інвестиційної діяльності підприємства та управління рухом грошових потоків проведено системний фінансовий аналіз результатів інвестиційної діяльності підприємства за трифакторною моделлю Дюпона.

Аналіз АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» показав наступне.

На протязі досліджуваного періоду підприємство отримувало чистий збиток, але наявне поступове покращення за 2019–2020 роки. Динаміка показників чистого доходу теж показує зростання, але вартість власного капіталу за 2011–2020 роки поступово знижується. Тобто, витрати перевищують доходи, але підприємство здійснює ефективну операційну діяльність, а до збитковості підприємства приводить неефективні фінансова та інвестиційна діяльності.

Вартість активів за період з 2012–2019 роки відносно попереднього звітного року постійно знижувалась, але у 2020 році навпаки приріст на 3773 тис. грн. На цьому фоні значення коефіцієнту оборотності активів незначно коливається, а в 2017–2018 роках різниця дорівнює нулю.

Динаміка рентабельності продаж має стрибкоподібний характер, це може бути пов'язано з темпами зростання або падіння чистого прибутку відносно темпів зростання або падіння чистого доходу. Причиною може бути зміна обсягів та асортименту продажів.

Основними елементами собівартості продукції є змінні і постійні витрати, причому співвідношення між ними може бути різним і визначається технічною і технологічною політикою, обраною на підприємстві. Зміна структури собівартості може істотно вплинути на величину прибутку. Інвестування в основні засоби супроводжується збільшенням постійних витрат і, теоретично, зменшенням змінних витрат. Однак ця залежність носить нелінійний характер, тому знайти оптимальне поєднання постійних і змінних витрат непросто.

Рівень коефіцієнту фінансового важелю залежить від кон'юнктури товарного і фінансового ринку, рентабельності основної діяльності, стадії життєвого циклу підприємства, його фінансової стратегії також і величину виробничого ризику підприємства. Зростання фінансового важелю

супроводжується підвищенням ступеня фінансового ризику, пов'язаного з можливою недостатністю коштів для виплати процентів за кредити і позики. Незначна зміна бруто-прибутку і рентабельності інвестованого капіталу в умовах високого фінансового важелю може призвести до значної зміни чистого прибутку, що небезпечно при спаді виробництва.

Аналіз змін показників моделі свідчить, про незначну позитивну динаміку рентабельності власного капіталу за рахунок позитивної динаміки рентабельності активів, на яку впливає підвищення рентабельності продажів. В свою чергу майже незмінний коефіцієнт фінансового важелю гальмує більш інтенсивне підвищення рентабельності власного капіталу. Тому підприємству, в першу чергу, необхідно оптимізувати структуру джерел коштів.

Для отримання об'єктивних результатів діагностики виробничо-господарської діяльності АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» проведено аналіз коефіцієнтів фінансової стійкості підприємства.

Як показав аналіз, всі коефіцієнти знаходяться в межах норми, тому можна зробити висновок, що у підприємства має фінансову стійкість.

Аналіз ПАТ «Житомирський консервний завод» показав наступне.

Значення показнику чистого прибутку у 2020 році значно погіршується та стає від'ємним (–494) тис. грн, незважаючи на зростання чистого доходу, на тлі якого підприємство на протязі 2011–2020 років продовжує зменшувати розміри вартості власного капіталу. На фоні існуючих показників рентабельність власного капіталу говорить про загальну тенденцію стрімкого зниження ефективності бізнесу підприємства к 2020 року. Щоб зрозуміти причину цих змін, потрібно проаналізувати динаміку факторів, що впливають на рентабельність власного капіталу.

Коефіцієнт оборотності активів, який є співвідношенням чистого доходу та вартості активів на протязі перших 3 років збільшується і досягає у 2013 році значення (0,25), потім у 2014 році трошки знижується до (0,24), але

за останні п'ять років спостерігається поступове збільшення показника до 2020 року та дорівнює (1,45). Таке значення показника свідчить про поліпшення стану ефективності використання підприємством усіх наявних ресурсів, незалежно від джерел їх залучення, та скільки товарів і послуг продано за досліджуваний період на кожную гривню використаних активів. Коефіцієнт оборотності активів може коливатися, залежно від сфери діяльності компанії, тому нормативне значення відсутнє.

Рентабельність продажів, що є співвідношенням чистого прибутку, а в нашому випадку збитку та чистого доходу реалізації продукції у відсотковому виразі не стабільна. Цей показник використовується в якості основного індикатора для оцінки фінансової ефективності підприємства та характеризує найважливіший аспект діяльності компанії – реалізацію основної продукції. Коливання від'ємного прибутку, одержаного з кожної гривні коштів (власних або позикових), вкладених у підприємство на протязі дослідженого періоду дорівнює мінімум (–16%) у 2011 році і максимум (4,28%) у 2016 році. Потім рентабельність продажів починає у 2017 році стрімко падає – (–1,58%) та станом на 2020 рік дорівнює (–11,37%).

Рентабельність активів відображає ефективність використання інвестованого капіталу і пов'язує основну та інвестиційну діяльність підприємства, які характеризуються відповідно рентабельністю продажів і ресурсовіддачею – коефіцієнтом оборотності активів. На протязі 2011–2020 років спостерігається від'ємний показник, а у 2016 року він досягає максимуму за весь досліджуваний період – (4,28%).

Можна зробити висновок, що підприємство потерпає значне погіршення фінансового стану, але треба уважно придивіться к динаміці цих показників (табл. 3.5).

Динаміка чистого прибутку ПАТ «Житомирський консервний завод» до 2014 року має від'ємне значення, але видно поступове покращення, якщо у 2011 році показник дорівнював (–120) тис. грн, то у 2013 році – (–62) тис.

грн., але у 2015 році знов зниження – (–152) тис. грн. У 2017-2018 роках знов іде хвиля підвищення на (133) тис. грн, а потім стрімкий спад у 2020 році на (–541) тис. грн (табл. 3.5). Чистий дохід взагалі за весь період показує приріст окрім показника у 2013-2014 році – (–46) тис. грн, але вартість власного капіталу за 2011-2020 роки постійно знижується, якщо у 2011 році вона дорівнювала (860,05) тис. грн, то у 2020 році – (194,95) тис. грн. У даному випадку витрати перевищують доходи, тому як підприємство дохід отримало, а прибуток – ні. Вартість активів за період з 2011–2020 роки постійно знижувалась, і у 2020 році дорівнює (2986,5) тис. грн, значення коефіцієнту оборотності активів покращується та у 2020 році досягає максимального значення за весь досліджуваний період – (1,45).

На підставі результатів діагностики у зв'язку із незадовільним результатом виробничо-господарської діяльності з метою покращення стану підприємства пропонується система цілей, стратегій і проєктних пропозицій для прийняття управлінського рішення за ПАТ «Житомирський консервний завод».

За результатами аналізу та оцінки його результатів було складено систему цілей, стратегій та проєктних пропозицій для подальшого розвитку підприємства.

Отримані результати свідчать, що теперішній стан ефективності діяльності дозволяє здійснювати просте відтворення в рамках стратегії розвороту (економії). Отже, не має сенсу у додатковому інвестуванні та розширенні виробничо-господарської діяльності підприємства.

Однак, можна здійснювати розширене відтворення в рамках стратегії диверсифікації.

Цей варіант дозволить підприємству зберегти досягнутий економічний ефект діяльності підприємства.

На прикладі діагностики кризового стану ПАТ «Житомирський консервний завод» можна зробити висновок, що застосування в умовах

невизначеності методів діагностики розширює можливості менеджменту підприємства з формулювання конкретних цілей розвитку підприємства, які погоджено, й розробці відповідних стратегій залежно від досягненого рівня економічного ефекту.

Пропонований підхід визначає застосування діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств, на підприємствах консервної галузі України, які здійснюють господарську діяльність в умовах високої невизначеності й динамічності конкурентного середовища.

ВИСНОВКИ

Від визначення та оцінювання стану функціонування суб'єктів економічного процесу залежить розроблення комплексу профілактичних заходів, рекомендацій та процедур, спрямованих на поліпшення цього стану або попередження несприятливих для його функціонування ситуацій та подій у невизначеному ринковому середовищі. Тобто економічна діагностика повинна виступати як обґрунтована та достовірна процедура, від якої залежить подальший напрям дій суб'єкта господарювання.

Термін «діагностика» запозичений з грецької мови та в перекладі означає розпізнавання й визначення. Вживаючи цей термін, люди мають на увазі констатацію результатів дослідження суб'єкта господарювання, висновки за цими результатами на підставі показників, нормативів, характеристик тощо.

Предметом діагностики є дослідний, пошуковий чи пізнавальний процеси, кількісна характеристика та якісна ідентифікація стану об'єкту управління.

Об'єктом діагностики виступає об'єкт управління (підприємство, галузь, регіон, країна тощо) як цілісна високоорганізована система з усіма її функціональними підсистемами (елементами системи). Далі основним об'єктом діагностики будемо розглядати підприємство як основу економічної системи економіки країни в цілому.

Метою діагностики є надання необхідних знань для прийняття рішення суб'єкту управління про використання різноманітного методологічного апарату та інструментарію для визначення стану об'єкта управління у невизначеному середовищі функціонування та розробку комплексу заходів, спрямованих на поліпшення цього стану.

Як видно з проведеного огляду методів діагностики, економічна наука надає уменеджменту підприємств достатньо достатньо потужне методичне забезпечення для проведення діагностики стану підприємств за бажаними

цілями, об'єктами, моделями.

Діагностика – це не одноразовий акт, а процес, який здійснюється в часі і просторі. Процес діагностики – дослідницький, пошуковий, пізнавальний, орієнтований на перспективи подальшого розвитку діагностованого об'єкту. Завдання діагностики полягає у визначенні управлінських рішень, які спрямовані на налагодження роботи всіх елементів системи та способів їх реалізації та мінімізацію впливу шкідливих відхилень критеріальних значень.

Підсумком будь-якого дослідження є результат – діагноз стану об'єкту діагностування.

Науковці виділяють у залежності від мети діагностики і форми відображення її результатів окремі напрями діагностики. Перший напрям діагностики пов'язаний із розробкою методів вирішення завдань. Другий напрям діагностики в управлінні пов'язаний з побудовою моделей соціально-економічних систем і процесів діагностики. Третій напрям діагностики припускає аналіз існуючих діагностичних систем, виявлення принципів їхньої побудови і розробку методів рішення, оцінку оптимальності.

Планування та прогнозування подальшого функціонування і розвитку підприємств вимагає отримання оцінки результатів реалізації соціально-економічних проєктів. Тому застосування методів діагностики результатів інвестиційної діяльності підприємств повинно бути науково обґрунтованим та апробованим на практиці.

Сьогодні одним з основних методів проведення фінансового аналізу стану підприємства є розрахунок фінансових коефіцієнтів та показників, а також їх якісний аналіз. Цей механізм може сформулювати чітке та зрозуміле бачення фінансового стану підприємства. Також кожний з коефіцієнтів може бути основою для висновків щодо сильних та слабких сторін організації, а також щодо перспектив його розвитку. У сучасній практиці фінансового аналізу спеціалісти зазвичай використовують таку класифікацію, яка

відображає функціональний підхід: коефіцієнти ліквідності, коефіцієнти рентабельності, коефіцієнти оборотності, коефіцієнти фінансової стійкості. Функціональний підхід базується на тому, що коефіцієнти групуються залежно від функцій, які вони виконують, та мети аналізу загалом. Якщо розглянути бізнес-середовище з ідеалістичної точки зору, то фінансові аналітики завжди можуть гарантовано покладатися на результати своїх розрахунків та прогнозів. Так, наприклад, вони можуть покладатися на цифри, приймаючи рішення щодо інвестування, сприяючи ефективному розподілу капіталу

Харчова промисловість продовжувала розвиватися і в пандемічних 2020-2021 роках та не зупинилась під час повномасштабного вторгнення російської федерації у 2022-2023 роках. Не випадково 18 підприємств харчової галузі увійшли в топ-200 компаній України за доходами за 2021 рік з сукупною виручкою близько 173 млрд грн. Серед найбільших виявилися МХП, «Рошен», «Нестле Україна», «Сандора», «Карлсберг Україна», «ОптімусАгро Трейд», «Кока-Кола Беверіджиз Україна», «Абінбев Ефес Україна», «Дельта Вілмар Україна», «Олсідз Блек Сі», «Монделіс Україна», «Фуд Девелопмент», «Оболонь» та інші. В основному це підприємства з виробництва рослинної олії, напоїв, кондитерських виробів і курячої продукції, до того ж майже всі 18 найбільших підприємств виявилися досить прибутковими за підсумками року: їх сумарний прибуток перевищив 17 млрд гривень.

Харчова промисловість продовжує успішно освоювати капітальні інвестиції, більш того, частка надходжень за підсумками першої половини 2021 року зросла всупереч коронакризі та війни до 6% від капіталовкладень в українську економіку в цілому і до 8,5% від загальнопромислових обсягів (проти 5% і 12,5% відповідно до 2022 року).

Згідно із системним підходом до управління кожна організація — це відкрита система, цілісність і життєздатність якої забезпечується завдяки

елементам, з яких вона формується. Сукупність цих елементів становить внутрішнє середовище організації. Його проектування і створення відбувається з огляду на специфіку діяльності організації, кола споживачів, ринкової кон'юнктури, умов господарювання тощо. Система менеджменту при формуванні внутрішнього середовища організації має забезпечити відповідність характеристик його найважливіших складових умовам зовнішнього середовища, в яких організація функціонує.

За даними річної фінансової звітності АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» та ПАТ «Житомирський консервний завод» з метою оцінки результатів інвестиційної діяльності підприємства та управління рухом грошових потоків проведено системний фінансовий аналіз результатів інвестиційної діяльності підприємства за трифакторною моделлю Дюпона.

Аналіз АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» показав наступне.

На протязі досліджуваного періоду підприємство отримувало чистий збиток, але наявне поступове покращення за 2019–2020 роки. Динаміка показників чистого доходу теж показує зростання, але вартість власного капіталу за 2011–2020 роки поступово знижується. Тобто, витрати перевищують доходи, але підприємство здійснює ефективну операційну діяльність, а до збитковості підприємства приводить неефективні фінансова та інвестиційна діяльності.

Вартість активів за період з 2012–2019 роки відносно попереднього звітного року постійно знижувалась, але у 2020 році навпаки приріст на 3773 тис. грн. На цьому фоні значення коефіцієнту оборотності активів незначно коливається, а в 2017–2018 роках різниця дорівнює нулю.

Динаміка рентабельності продаж має стрибкоподібний характер, це може бути пов'язано з темпами зростання або падіння чистого прибутку відносно темпів зростання або падіння чистого доходу. Причиною може бути зміна обсягів та асортименту продажів.

Основними елементами собівартості продукції є змінні і постійні витрати, причому співвідношення між ними може бути різним і визначається технічною і технологічною політикою, обраною на підприємстві. Зміна структури собівартості може істотно вплинути на величину прибутку. Інвестування в основні засоби супроводжується збільшенням постійних витрат і, теоретично, зменшенням змінних витрат. Однак ця залежність носить нелінійний характер, тому знайти оптимальне поєднання постійних і змінних витрат непросто.

Рівень коефіцієнту фінансового важелю залежить від кон'юнктури товарного і фінансового ринку, рентабельності основної діяльності, стадії життєвого циклу підприємства, його фінансової стратегії також і величину виробничого ризику підприємства. Зростання фінансового важелю супроводжується підвищенням ступеня фінансового ризику, пов'язаного з можливою недостатністю коштів для виплати процентів за кредити і позики. Незначна зміна бруто-прибутку і рентабельності інвестованого капіталу в умовах високого фінансового важелю може призвести до значної зміни чистого прибутку, що небезпечно при спаді виробництва.

Аналіз змін показників моделі свідчить, про незначну позитивну динаміку рентабельності власного капіталу за рахунок позитивної динаміки рентабельності активів, на яку впливає підвищення рентабельності продажів. В свою чергу майже незмінний коефіцієнт фінансового важелю гальмує більш інтенсивне підвищення рентабельності власного капіталу. Тому підприємству, в першу чергу, необхідно оптимізувати структуру джерел коштів.

Для отримання об'єктивних результатів діагностики виробничо-господарської діяльності АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» проведено аналіз коефіцієнтів фінансової стійкості підприємства.

Як показав аналіз, всі коефіцієнти знаходяться в межах норми, тому можна зробити висновок, що у підприємства має фінансову стійкість.

Аналіз ПАТ «Житомирський консервний завод» показав наступне.

Значення показнику чистого прибутку у 2020 році значно погіршується та стає від'ємним (–494) тис. грн, незважаючи на зростання чистого доходу, на тлі якого підприємство на протязі 2011–2020 років продовжує зменшувати розміри вартості власного капіталу. На фоні існуючих показників рентабельність власного капіталу говорить про загальну тенденцію стрімкого зниження ефективності бізнесу підприємства к 2020 року. Щоб зрозуміти причину цих змін, потрібно проаналізувати динаміку факторів, що впливають на рентабельність власного капіталу.

Коефіцієнт оборотності активів, який є співвідношенням чистого доходу та вартості активів на протязі перших 3 років збільшується і досягає у 2013 році значення (0,25), потім у 2014 році трошки знижується до (0,24), але за останні п'ять років спостерігається поступове збільшення показника до 2020 року та дорівнює (1,45). Таке значення показника свідчить про поліпшення стану ефективності використання підприємством усіх наявних ресурсів, незалежно від джерел їх залучення, та скільки товарів і послуг продано за досліджуваний період на кожную гривню використаних активів. Коефіцієнт оборотності активів може коливатися, залежно від сфери діяльності компанії, тому нормативне значення відсутнє.

Рентабельність продажів, що є співвідношенням чистого прибутку, а в нашому випадку збитку та чистого доходу реалізації продукції у відсотковому виразі не стабільна. Цей показник використовується в якості основного індикатора для оцінки фінансової ефективності підприємства та характеризує найважливіший аспект діяльності компанії – реалізацію основної продукції. Коливання від'ємного прибутку, одержаного з кожної гривні коштів (власних або позикових), вкладених у підприємство на протязі дослідженого періоду дорівнює мінімум (–16%) у 2011 році і максимум (4,28%) у 2016 році. Потім рентабельність продажів починає у 2017 році стрімко падає – (–1,58%) та станом на 2020 рік дорівнює (–11,37%).

Рентабельність активів відображає ефективність використання інвестованого капіталу і пов'язує основну та інвестиційну діяльність підприємства, які характеризуються відповідно рентабельністю продажів і ресурсовіддачею – коефіцієнтом оборотності активів. На протязі 2011–2020 років спостерігається від'ємний показник, а у 2016 року він досягає максимуму за весь досліджуваний період – (4,28%).

Можна зробити висновок, що підприємство потерпає значне погіршення фінансового стану, але треба уважно придивіться к динаміці цих показників (табл. 3.5).

Динаміка чистого прибутку ПАТ «Житомирський консервний завод» до 2014 року має від'ємне значення, але видно поступове покращення, якщо у 2011 році показник дорівнював (–120) тис. грн, то у 2013 році – (–62) тис. грн., але у 2015 році знов зниження – (–152) тис. грн. У 2017-2018 роках знов іде хвиля підвищення на (133) тис. грн, а потім стрімкий спад у 2020 році на (–541) тис. грн (табл. 3.5). Чистий дохід взагалі за весь період показує приріст окрім показника у 2013-2014 році – (–46) тис. грн, але вартість власного капіталу за 2011-2020 роки постійно знижується, якщо у 2011 році вона дорівнювала (860,05) тис. грн, то у 2020 році – (194,95) тис. грн. У даному випадку витрати перевищують доходи, тому як підприємство дохід отримало, а прибуток – ні. Вартість активів за період з 2011–2020 роки постійно знижувалась, і у 2020 році дорівнює (2986,5) тис. грн, значення коефіцієнту оборотності активів покращується та у 2020 році досягає максимального значення за весь досліджуваний період – (1,45).

На підставі результатів діагностики у зв'язку із незадовільним результатом виробничо-господарської діяльності з метою покращення стану підприємства пропонується система цілей, стратегій і проєктних пропозицій для прийняття управлінського рішення за ПАТ «Житомирський консервний завод».

За результатами аналізу та оцінки його результатів було складено

систему цілей, стратегій та проектних пропозицій для подальшого розвитку підприємства.

Отримані результати свідчать, що теперішній стан ефективності діяльності дозволяє здійснювати просте відтворення в рамках стратегії розвороту (економії). Отже, не має сенсу у додатковому інвестуванні та розширенні виробничо-господарської діяльності підприємства.

Однак, можна здійснювати розширене відтворення в рамках стратегії диверсифікації.

Цей варіант дозволить підприємству зберегти досягнутий економічний ефект діяльності підприємства.

На прикладі діагностики кризового стану ПАТ «Житомирський консервний завод» можна зробити висновок, що застосування в умовах невизначеності методів діагностики розширює можливості менеджменту підприємства з формулювання конкретних цілей розвитку підприємства, які погоджено, й розробці відповідних стратегій залежно від досягненого рівня економічного ефекту.

Пропонований підхід визначає застосування діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств, на підприємствах консервної галузі України, які здійснюють господарську діяльність в умовах високої невизначеності й динамічності конкурентного середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лук'янова В.В. Сучасний стан теоретичних основ діагностики діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 3. С. 52-58.
2. Швиданенко Г.О., Олексик О.І. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства: монографія. Київ: вид-во КНЕУ, 2002. 192 с.
3. Фаріон І.Д., Савчук Л.І., Жукевич С.М. Діагностика і економічний аналіз у сфері послуг: курс лекцій / за ред. І.Д. Фаріон. Тернопіль: Екон. думка, 2005. 260 с.
- 4 . Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економічна діагностика: навч. посіб. для студ. ВНЗ. Київ: Центр навч. літ-ри, 2007. 307 с.
5. Верба В.А., Решетняк Т.І. Організація консалтингової діяльності: навч. посіб. Київ: вид- во КНЕУ, 2000. 242 с.
6. Воронкова А.Е. Діагностика стану підприємства: теорія і практика: монографія / за заг. ред. А.Є. Воронкової. Харків: Інжек, 2006. 448 с.
7. Костырко Л.А. Диагностика потенциала финансово-экономической устойчивости предприятия: монография. Луганск: изд-во СНУ им. В.И. Даля, 2004. 240 с.
8. Євдокимова Н.М., Кірієнко А.В. Економічна діагностика: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. Київ: вид-во КНЕУ, 2005. 110 с.
9. Кривов'язюк І.В. Економічна діагностика підприємства: теорія, методологія та практика застосування: [монографія]. Луцьк: Надстир'я, 2007. 260 с.
10. Картохіна Н.В. Діагностика фінансового стану підприємства як основа для прийняття рішень у системі антикризового управління. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2008. № 9. С. 19-24.
11. Кость Я.О. Діагностика фінансово-господарської діяльності промислового підприємства: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук:

спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». Київ, 2011. 304 с.

12. Економічна діагностика: навч. посіб. / Косьянчук Т.Ф., Лукьянова В.В., Майорова Н.І., Швид В.В.; [за ред. Т.Ф.Косьянчук]. Львів: Новий світ-2000, 2007. 452 с.

13. Лялина Н.С. Теоретические основы экономической диагностики деятельности предприятия. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 23. Частина 2. 2017. С. 61-64.

14. Алесинская Т.В. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления: учеб. пособие. ТРТУ, 2005. URL: http://www.aup.ru/books/m95/5_3.htm (дата звернення 18.10.2023)

15. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах [Текст]: пер с англ.; под ред. И.А. Ушакова. Совет. радио, 1974. 272 с.

16. Україна: Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=435-15> (дата звернення 18.10.2023)

17. Україна: Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15> (дата звернення 18.10.2023)

18. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства: Наказ від 19 січня 2006 року № 14. М-во економіки України. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2006_01_19/an/8/ME06025.html#8 (дата звернення 18.10.2023)

19. Про Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства: Наказ від 19.01.2006 №

14. М-во економіки України. URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1022.13.0> (дата звернення 18.10.2023)

20. Про затвердження Методики аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки: Наказ від 14.02.2006 №170. М-во фінансів України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0332-06> (дата звернення 22.10.2023)

21. Шумилова Ю.А. Теоретические аспекты диагностики экономического состояния предприятия. *Проблемы и перспективы управления экономикой и маркетингом в организации*. 2003. №3. URL: <http://perspectives.utmn.ru/?n=3&y=2003&id=26> (дата звернення 22.10.2023)

22. Фрум О.Л. Методичний підхід до виявлення внутрішніх криз розвитку підприємства. *Економіка харч. пром-сті*. 2011. №4(12). С. 16–20.

23. Недосекин А.О. Применение теории нечетких множеств к финансовому анализу предприятий. *Аудит и финансовый анализ*. №2. 2000. С. 18–25.

24. Батракова Т.І., Конєв В.В. Рання діагностика та фінансовий аналіз стану підприємства як частина антикризисного управління. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія : Економічні науки. 2016. Вип. 17(2). С. 57-59.

25. Головка В.І., Мінченко В.А., Шарманська В.М. Фінансово–економічна діяльність підприємства: контроль, аналіз та безпека. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 446 с.

26. Городня Т.А., Мойсеєнко І.П. Економічна та фінансова діагностика: навчальний посібник. Львів: «Магнолія», 2008. 282 с.

27. Казачков І.О., Ткаченко І.О. Сучасні підходи до проведення економічної діагностики. Запорізька державна інженерна академія. 2013. С.148-153 Режим доступу:

http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_4_030.pdf (дата звернення: 01.10.2023)

28. Ковальчук Т. М. Діагностичний аналіз в системі управління

підприємством: методологія та методика. *Економіка АПК*. 2005. № 2. С. 59–63.

29. Кость Я. О. Доцільність застосування методів інтегральної моделі у фінансовому діагностуванні підприємств. *Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент»*: зб. наук. праць ЛНТУ; відп. ред. Герасимчук З. В. Луцьк, 2008. Вип. 5 (18). С. 220–233.

30. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. Київ, 2003. 196 с.

31. Пархоменко О. С., Кацевич А. О. Сутність фінансового аналізу та особливості використання стандартів фінансового обліку. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Випуск 5(10). С. 261–267.

32. Кобилецький В. Р. Рентабельність. Сутність та показники. *Онлайн-журнал «Financial Analysis online»*. URL: <https://www.finalon.com/metodyka-rozrakhunku/229-rentabelnist> (дата звернення: 10.10.2023).

33. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід»: Наказ від 29.11.99 №290. Міністерство фінансів України: Київ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text> (дата звернення: 05.09.2023).

34. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ від 31.12.99 №318 / Міністерство фінансів України: Київ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text> (дата звернення: 05.09.2023).

35. Фрум О. Л., Цвірінкалова В. А. Моделювання результатів інвестиційної діяльності підприємств консервної галузі України. *Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття*: матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф., 19–20 жовтня 2021 р. Одеса: ОНАХТ, 2021. С. 133–136.

36. Фрум О. Л. Діагностика кризового стану підприємств у системі стратегічного управління: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04: Одес. нац.

академ. харч. технологій, Одеса, 2016. 207 с.

37. Мартинюк В., Корецький Б. Аналіз фінансової ефективності функціонування суб'єктів господарювання на основі детермінованих моделей. *Світ фінансів*. 2007. Випуск 1 (10). С. 202–210.

38. Филатов Е. А., Нечаев В. Б. Модификации методов детерминированного факторного анализа модели Дюпона. *Вестник Донецкого национального технического университета*. 2015. № 5. С. 285–292.

39. Чому харчопром – одна з найперспективніших для інвесторів галузей в Україні. *Огляди ринку і аналітика*. 2022.06 жовт. URL: <https://www.marketing-ua.com/chomu-harchoprom-odna-z-najperspektivnishih-dlya-investoriv-galuzej-v-ukrayini> (дата звернення: 18.10.2023).

40. Офіс Національної інвестиційної Ради провів аналіз секторів економіки України, які мають найбільші перспективи подальшого зростання та залучення іноземних інвестицій. *National Investment Council of Ukraine*. 2022. 18 трав. URL: <http://www.nicouncil.org.ua/uk/2020-04-14-07-51-43/36-ofis-natsionalnoi-investytsiinoi-rady-proviv-analiz-sektoriv-ekonomiky-ukrainy-iaki-maiut-naibilshi-perspektyvy-podalshoho-zrostannia-ta-zaluchennia-inozemnykh-investytsii-olha-mahaletska.htm> (дата звернення: 17.09.2023).

41. Богдан Т. Фінансово-економічні наслідки війни. *Аналітичний Інтернет-ресурс*. URL: https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan/550614_finansovoeconomichni_naslidki.html

42. Плодоовочевий сектор: що потребує сьогодні? *TradeMaster* : веб-сайт. URL: https://trademaster.ua/ryinki_food/312385 (дата звернення: 17.10.2023).

43. Статистична інформація. *Державна служба статистики України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 29.11.2023).

44. АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування». АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування»: веб-сайт. URL: <http://www.obfc.pat.ua> (дата звернення: 07.11.2023).

45. Річна фінансова звітність АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування». *Інтернет-портал SMIDA*: веб-сайт. URL: smida.gov.ua (дата звернення: 09.11.2023).

46. Річна фінансова звітність ПАТ «Житомирський консервний завод». *Інтернет-портал SMIDA*: веб-сайт. URL: smida.gov.ua (дата звернення: 09.09.2023).

47. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2006. 384 с.

48. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. *Mechanism of Economic Regulation*. 2013. №4. С. 155-163.

49. Корінев, В.Л. Оцінювання та планування фінансової діяльності підприємства. *Держава та регіони: Економіка та підприємництво*. 2011. №4. С. 142–146.

50. Дзюбенко Л. Альтернативні стратегії підвищення прибутковості корпорації. *Ринок цінних паперів України*. №9–10. 2009. С. 3–9.

51. Решетняк Т.І., Бабіч Ю.Е. Методи аналізу зовнішнього середовища підприємства: ключові акценти та обмеження. *Вчені записки*. №17. С. 74–82.

52. Lannon R. Strategy Spotlight: 8 Common Strategic Planning Mistakes You're Making. *Batimes*. URL: <https://www.batimes.com/articles/strategy-spotlight-8-common-strategic-planning-mistakes-you-re-making.html> (дата звернення: 11.11.2023).

53. Weller J. The Complete Guide to Gap Analysis. *Smartsheet*. URL: <https://www.smartsheet.com/gap-analysis-method-examples> (дата звернення: 11.11.2023).

54. Кузнецова А. Я., Каспрук Ю. В., Кузнецов О. Ю. Економічний розвиток регіону та роль місцевих бюджетів у його забезпеченні: монографія. Київ.: УБС НБУ, 2013. 174 с.

55. Економіка підприємства: магістерський курс: підручник. Ч. 1 / М.

В. Загірняк [та ін.]; ред. М. В. Загірняк, П. Г. Перерва, О. І. Маслак. Кременчук: ТОВ «Кременчуцька міська друкарня», 2015. 736 с. URL: https://pidru4niki.com/74472/ekonomika/metodi_otsinyuvannya_konkurentospromozhnosti_potentsialu_pidpriyemstva (дата звернення: 14.11.2023).

56. Стратегічний аналіз галузі. Навчальний посібник / за ред. Лотиш О.Я. Тернопіль: Економічна думка, 2019. 248 с.

Міністерство освіти і науки України

Одеський національний технологічний університет

Кафедра економіки промисловості



**ДОДАТКИ
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

**на тему: «Діагностика виробничо-господарської діяльності
підприємств консервної галузі України»**

на здобуття ступеню вищої освіти «магістр»

Здобувачки _____ Дзюбак В.С.

Керівник _____ доц. Фрум О.Л.

Одеса – 2023 рік

1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ОБ'ЄКТ І ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є проведення діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств консервної галузі України.
Завданнями роботи передбачено: – розглянути засади діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств; – провести діагностику ділового середовища виробничо-господарської діяльності підприємств консервної галузі України; – застосувати на практиці методи діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств в управлінні підприємствами консервної галузі України.
Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження є методика діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств консервної галузі України.
Предметом дослідження є методи діагностики виробничо-господарської діяльності підприємств консервної галузі України.
Наукова новизна отриманих результатів полягає в поглибленні теоретико-методичних положень і розробці практичних рекомендацій із застосування діагностики підприємств консервної галузі України.
До основного наукового результату, який становить особистий внесок автора в розробку досліджуваної проблеми, належить такий: – отримало подальший розвиток застосування методів діагностики в консервній галузі України.

2. ВИДИ ДІАГНОСТИКИ ЗА МЕТОЮ ЗАСТОСУВАННЯ ТА СУТНІСТЮ ПРОЦЕДУРИ*

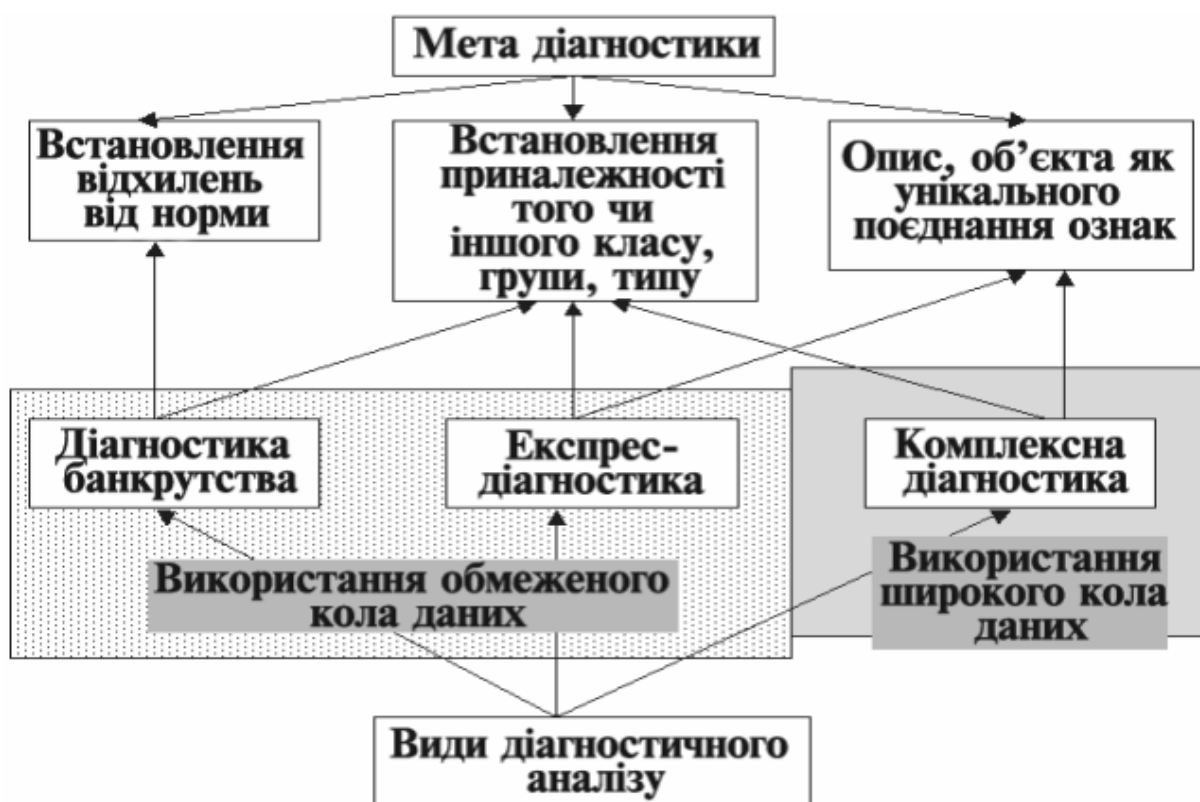


Рис. 1. Види діагностики за метою застосування та сутністю процедури

*Джерело: складено автором за джерелами

3. ВИДИ ДІАГНОСТИКИ ЗА КЛАСИФІКАЦІЙНИМИ ОЗНАКАМИ

Таблиця 1

Класифікація різновидів діагностики за певними ознаками*

Класифікаційна ознака	Різновиди діагностики підприємства
Мета та охоплення об'єкта дослідження	• експрес-діагностика; • комплексна (загальна) бізнес-діагностика підприємства; • проблемоорієнтована діагностика
Характер дослідження	• етіологічна діагностика; • симптоматична діагностика
Суб'єкт здійснення	• внутрішньокорпоративна; • зовнішня
Розробник та обов'язковість використання методики	• офіційна; • авторська
Функціональна сфера дослідження	• економічна діагностика; • технічна діагностика; • юридична діагностика; • маркетингова діагностика; • управлінська діагностика тощо
Частота здійснення	• регулярна; • епізодична

*Джерело: складено автором за джерелами

4. ПОКАЗНИКИ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ЗА МОДЕЛЛЮ DUPONT
АТ «ОДЕСЬКИЙ КОНСЕРВНИЙ ЗАВОД ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ»

Таблиця 2

Показники факторного аналізу за моделлю DuPont
АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування»*

Показник	Значення за роками									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	-146	-4266	876	-1162	-3495	-2968	-2095	-3378	-2528	-2370
Чистий дохід, тис. грн	24155	9652	6451	16917	18952	24659	21814	21444	24542	26626
Вартість власного капіталу, тис. грн	88564	117460	115765	115979,5	113990,5	110741	108209,5	105473	102618	100168,5
Вартість активів, тис. грн	100261	135732	132048,5	129831	127396	124592	121392	117595,5	114116,5	117889,5
Рентабельність власного капіталу, %	-0,16	-3,63	0,76	-1,00	-3,07	-2,68	-1,94	-3,20	-2,46	-2,37
Рентабельність активів, %	-0,15	-3,14	0,66	-0,90	-2,74	-2,38	-1,73	-2,87	-2,22	-2,01
Рентабельність продажів, %	-0,60	-44,20	13,58	-6,87	-18,44	-12,04	-9,60	-15,75	-10,30	-8,90
Коефіцієнт оборотності активів	0,24	0,07	0,05	0,13	0,15	0,20	0,18	0,18	0,22	0,23
Коефіцієнт фінансового важелю	1,13	1,16	1,14	1,12	1,12	1,13	1,12	1,11	1,11	1,18
Рентабельність капіталу	-0,15	-3,14	0,66	-0,90	-2,74	-2,38	-1,73	-2,87	-2,22	-2,01

* Джерело: розраховано автором

5. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ АТ «ОДЕСЬКИЙ КОНСЕРВНИЙ ЗАВОД ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ»

Таблиця 3

Аналіз фінансової стійкості АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» в 2011-2021 роках

Найменування коефіцієнтів	Значення коефіцієнтів										
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1. К-т автономії	0,93	0,94	0,87	0,89	0,90	0,89	0,89	0,89	0,90	0,90	0,80
2. К-т відношення запозичених до власних засобів	0,08	0,06	0,15	0,13	0,11	0,12	0,12	0,13	0,11	0,12	0,24
3. К-т мобільності	0,01	-0,02	-0,13	-0,07	-0,03	0,00	0,00	0,03	0,03	0,05	-0,14
4. К-т фінансової стійкості	0,96	0,94	0,98	0,99	0,99	0,98	0,98	0,97	0,97	0,97	0,95
5. К-т забезпечення матеріальних витрат власними засобами	2,18	-4,32	-66,45	-44,25	-21,01	0,62	0,62	24,45	34,88	45,42	-24,79
6. К-т фінансування	12,70	15,51	6,52	7,81	9,03	8,02	8,02	7,97	8,96	8,89	4,11
7. К-т покриття	1,93	0,76	0,82	3,65	8,05	5,91	5,91	4,80	4,99	4,68	1,84

* Джерело: розраховано автором

6. ПОКАЗНИКИ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ЗА МОДЕЛЛЮ DUPONT ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ КОНСЕРВНИЙ ЗАВОД»

Таблиця 4

Показники факторного аналізу за моделлю DuPont ПАТ «Житомирський консервний завод»

Показник	Значення за роками									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	-120	-122	-93	-62	-152	111	-60	73	47	-494
Чистий дохід, тис. грн	750	802	813	767	1143	2596	3802	4303	4240	4345
Вартість власного капіталу, тис. грн	860,05	718,8	536,45	454	347	326,5	352	358,5	418,5	194,95
Вартість активів, тис. грн	3519,55	3408,55	3223	3135,5	3099,5	3158,5	3553,5	3466,5	3056,5	2986,5
Рентабельність власного капіталу, %	-13,95	-16,97	-17,34	-13,66	-43,80	34,00	-17,05	20,36	11,23	-253,40
Рентабельність активів, %	-3,41	-3,58	-2,89	-1,98	-4,90	3,51	-1,69	2,11	1,54	-16,54
Рентабельність продажів, %	-16,00	-15,21	-11,44	-8,08	-13,30	4,28	-1,58	1,70	1,11	-11,37
Коефіцієнт оборотності активів	0,21	0,24	0,25	0,24	0,37	0,82	1,07	1,24	1,39	1,45
Коефіцієнт фінансового важелю	4,09	4,74	6,01	6,91	8,93	9,67	10,10	9,67	7,30	15,32
Рентабельність капіталу	-3,41	-3,58	-2,89	-1,98	-4,90	3,51	-1,69	2,11	1,54	-16,54

*Джерело: розраховано автором

7. ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ КОНСЕРВНИЙ ЗАВОД»

Таблиця 5

Оцінка фінансової стійкості ПАТ «Житомирський консервний завод»

Найменування коефіцієнтів	Значення коефіцієнтів										
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1. К-т автономії	0,48	0,52	0,36	0,33	0,33	0,32	0,32	0,34	0,35	0,33	0,34
2. К-т відношення запозичених до власних засобів	1,08	0,92	1,78	2,03	2,02	2,14	2,17	1,96	1,81	2,00	1,90
3. К-т мобільності	0,18	0,12	0,29	-0,01	-0,17	-0,38	-0,27	-0,18	-0,08	-0,08	0,02
4. К-т фінансової стійкості	0,48	0,52	0,36	0,58	0,33	0,32	0,32	0,34	0,35	0,33	0,34
5. К-т забезпечення матеріальних витрат власними засобами	0,17	0,12	0,21	-0,01	-0,11	-0,29	-0,19	-0,14	-0,07	-0,07	0,02
6. К-т фінансування	0,96	1,12	0,57	0,51	0,52	0,49	0,49	0,54	0,61	0,53	0,55
7. К-т покриття	1,20	1,16	1,19	1,62	0,95	0,87	0,92	0,95	1,06	1,01	1,05

*Джерело: розраховано автором

8. ВИДИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІАГНОСТИКИ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ



**Рис. 2. Види управлінських рішень за результатами діагностики
виробничо-господарської діяльності підприємств**

9. РЕЗУЛЬТАТ ДІАГНОСТИКИ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Таблиця 6

Система цілей, стратегій і проектних пропозицій для прийняття управлінського рішення

Рівень стратегії	Мета	Метод	Захід
1	2	3	4
Базова стратегія	Економічна мета – зберегти підприємство й ринок збуту	Стратегія розвороту (економії)	1. Застосовується, коли організація переживає період спаду й робить скорочення штатів і витрат 2. Концентрація зусиль на основних сферах діяльності
Конкурентна стратегія	Конкурентна мета – збереження конкурентоспроможності	Утримання конкурентних переваг	1. Дотримання співвідношення ціна-якість на середньогалузевому рівні у відповідних сегментах ринку
Організаційна стратегія	Організаційна мета – посилення ролі функції контролю на підприємстві	Реорганізація аналітичних служб	1. Оптимізація бізнес-процесів 2. Створення аналітичного відділу 3. Впровадження діагностики кризового стану підприємства й контролінгу
Інвестиційна стратегія	1. Прискорення оборотності оборотних активів 2. Підвищення ефективності інвестицій в основний капітал	1. Реструктуризація активів 2. Підвищення ефективності використання необоротних активів	1. Припинення інвестицій 2. Звільнення підприємства від активів, які неможливо використати 3. Збереження на підприємстві й пошук способів ефективного застосування активів, які не використовуються в цей час
Ресурсні стратегії	Фінансова мета – формування оптимальної структури капіталу й забезпечення дотримання фінансової дисципліни	Реструктуризація пасивів	1. Відмова від залучення зовнішніх фінансових засобів 2. Концентрація в часі повернення засобів 3. Досягнення фінансової незалежності

Продовження табл. 6

1	2	3	4
	Технологічна мета – дотримання існуючої технології для збереження рівня якості продукції	Технологічна реструктуризація	1. Дотримання стабільної технології виробництва профільної продукції як основа функціонування («технологічний тип підприємства»)
	Логістична мета – забезпечення величини запасів, необхідної для ритмічності виробництва	Стратегія обсягу ресурсних запасів	1. Формування короткострокового запасу ресурсів 2. Впровадження нормування запасів
	Виробнича мета – виробництво продукції високої якості, простої відтворення	Стратегія забезпечення сировиною й матеріалами	1. Удосконалення технології використання сировини, в цьому випадку – економія матеріальних ресурсів
	Соціальна мета – підвищення ефективності використання персоналу	Високий ступінь взаємозамінності працівників	1. Підвищення продуктивності праці 2. Підвищення кваліфікації персоналу шляхом впровадження наставництва 3. Стимулювання підвищення якості праці
Товарно-ринкова стратегія	Концентрація й збереження частки ринку	Стратегія ринкової експансії	1. Збереження сектора ринку 2. Зміцнення позицій на традиційних ринках
Стратегія продукту	Маркетингова мета – забезпечення збереження величини обсягу реалізації на колишньому рівні	Збереження досягнутих позицій на старих ринках збуту продукції в економічних умовах, що змінилися	1. Підвищення якості продукції 2. Проходження за кон'юктурою ринку

*Джерело: складено автором