

**А.С.Гакман,**

Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича,  
м. Чернівці

## **СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ У СИСТЕМІ КОМПЛЕКСНОЇ ДІАГНОСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

У статті розглянуто роль стратегічного аналізу фінансових результатів у системі комплексної діагностики підприємства в сучасних умовах ринкової економіки. Здійснено аналіз існуючих методик дослідження зовнішніх та внутрішніх показників при нестабільних ринкових економічних умовах.

In the article the role of strategic analysis of financial results is considered in the system of complex diagnostics of enterprise in the modern terms of market economy. The analysis of existent methods of research of external and internal indexes is carried out at nestabil'nikh market economic conditions.

Актуальність статті обумовлена тим, що перехід до ринкової економіки з різними формами власності та господарювання характеризуються високою динамічністю зовнішнього середовища, що вимагає використання системного підходу до стратегічного аналізу фінансових результатів та необхідності розробки певної фінансової стратегії на рівні окремого підприємства. Суть даної фінансової стратегії полягає в тому, щоб підприємство правильно обрало напрямок та можливі альтернативи своєї діяльності на майбутнє, пов'язаної з отримання максимального фінансового результату. Одним із інструментів фінансової стратегії є саме стратегічний аналіз.

Етап стратегічного аналізу інтерпретує стратегічне положення підприємства за допомогою визначення змін, які виникали в її економічному оточенні, і виявлення їхнього впливу на підприємство та її діяльність, а також визначення переваг і ресурсів організації залежно від цих змін. Головним напрямком стратегічного аналізу є визначення загальних цілей і завдань підприємства, які визначають як сферу її діяльності, так і перспективи вибору напрямку діяльності. Фінансові показники характеризують стан підприємства та зручні для порівняння сильних і слабких сторін різних варіантів стратегічного розвитку. Однак необхідно зазначити, що вплив зовнішніх факторів не завжди дає можливість провести ціннісний аналіз, у зв'язку зі швидкими змінами в зовнішньому середовищі. У такий спосіб стає важко співставити внутрішні можливості підприємства з плановими показниками запланованих періодів. Багатогранність проблеми стратегічного планування фінансових результатів

залишає низку важливих теоретичних та практичних питань, що також визначає актуальність теми.

Як показує аналіз вітчизняних та зарубіжних літературних джерел, проблемою впровадження стратегічного аналізу у практичну діяльність підприємств займаються багато вчених, тому вона є достатньо важливою та актуальною, хоча і складною в управлінні підприємством.

Особлива роль у становленні стратегічного аналізу як сфери діяльності належить І.Ансоффу, Б.Карлоффу, А.Дж.Стринкленду, Д.Шенделю.

Основні концептуальні принципи діагностики в економіці викладені в працях зарубіжних вчених М.Баролі, М.Шевраль. Більшість авторів трактують діагностику як оцінку стану економічних об'єктів в умовах неповної інформації з метою виявлення проблем розвитку та перспективних напрямків їх розв'язання, а також зміни режимів функціонування цих систем.

У дослідженнях західних науковців фінансову стратегію у широкому розумінні пов'язують з фінансовою політикою і плануванням. Стратегічний аналіз є основою для вибору, альтернативи, що зумовлює природу та напрям організації фінансових відносин.

В розробці діагностичних систем управління і їх впровадження в діяльність підприємств присвячені праці Ю.Вебера.

На думку вітчизняних аналітиків, стратегічний аналіз – це спосіб дослідження і перетворення бази даних, одержаних внаслідок аналізу середовища, на стратегію підприємства. Стратегія інтегрує багато конкурентоспроможних дій та підходів до бізнесу, від яких залежить успішність діяльності підприємства, вона передбачає план управління підприємством, спрямований на зміцнення його позицій, задоволення потреб споживачів та досягнення передбачених цілей [4, с.8].

Однак, незалежно від значної кількості праць у сфері застосування аналітичних методів у системі стратегічного управління, залишається важливим питання щодо використання аналітичних методів у процесах стратегічного контролю.

Метою статті є дослідження умов здійснення стратегічного аналізу фінансових результатів підприємств в умовах швидкозмінного зовнішнього середовища.

Як показує світовий досвід, використання в процесі

комплексної діагностики стратегічного аналізу є не тільки необхідним елементом з точки зору погляду на майбутнє, а деякою мірою і обов'язковим для оцінки кінцевих результативних показників господарської діяльності підприємства.

Для практичного застосування стратегічного аналізу суб'єкту господарювання слід обрати методи його проведення. При всьому різноманітті методів стратегічного аналізу найбільш продуктивним визнаний метод, який базується на аналізі реальних явищ фінансового життя, відображених у фінансовій звітності підприємства. Ефективність використання фінансової звітності є основним інструментом внутрішнього фінансового планування.

Для досягнення цілей стратегічного аналізу слід побудувати систему показників, яка дозволить здійснювати постійний моніторинг за реалізацією стратегії, змін потенціалу та зовнішнього середовища організації.

Таким чином, стратегічними показниками можуть бути показники фінансового стану (ділової активності, платоспроможності, фінансової стабільності, прибутковості); показники, які характеризують ринкову діяльність (темп зростання продажу, темп зміни прибутку від реалізації) та інші.

Система стратегічних показників дозволяє своєчасно виявляти стратегічну проблему, що в свою чергу дозволить підприємству швидко відреагувати на зміни та передбачити їх.

Отже, одним із таких важливих стратегічних показників є саме фінансовий результат підприємства.

Для проведення стратегічного аналізу фінансових результатів підприємства слід розпочинати саме із прогнозування обсягу виробництва, який є основою для оптимізації фінансового результату; визначити суму нерозподіленого прибутку (непокритого збитку), яке підприємство має за мету отримати у наступному періоді. Нерозподілений прибуток формує ту частину власних коштів підприємства, за рахунок яких можуть бути створені необхідні фонди та частина якого може бути використана на покриття майбутніх фінансових потреб. На прогнозування суми нерозподіленого прибутку, відповідно до стратегії, в сторону збільшення повинні впливати як виручка від реалізації, так і операційні, фінансові, надзвичайні доходи. Відповідно на зменшення даного показника впливають податки,

собівартість реалізованої продукції та інші показники.

Для проведення стратегічного аналізу першочергово необхідно отримати вичерпну інформацію, на якій базуються планування та прогнозування майбутніх дій. Інформаційним джерелом є первинна та вторинна інформації.

Первинна інформація може бути отримана у вигляді спостережень, проведених експериментальних досліджень, опитувань, але використовують лише деякі з них, тобто вибіркоким способом.

Вторинні дані базуються на документації підприємства, яка представлена у вигляді звітів (фінансових, статистичних та бухгалтерських).

Інформаційною базою стратегічного аналізу фінансових показників є саме Звіт про фінансові результати, основним показником якого є чистий прибуток підприємства.

Весь стратегічний аналіз фінансових результатів зосереджений на першій частині ф.2 «Звіту про фінансові результати», оскільки в ньому зосереджена основна частина показників впливу на чистий прибуток. Розділи II «Елементи операційних витрат» і III «Розрахунок показників прибутковості акцій» у проектованому звіті про фінансові результати можуть не наводитися.

На думку П.А.Гордієнко, для правильного проведення стратегічного аналізу фінансових результатів слід класифікувати статті Звіту на автоматично створені і регульовані. Автоматично створені статті (показники) виникають внаслідок здійснення запланованої виробничої діяльності і змінюються пропорційно обсягу продажу. Регульовані статті створюються незалежно від обсягу продажу; для їх кількісного вираження використовують інші методи (наприклад, експертні оцінки) [3, с.237].

При змінному характері зовнішніх чинників в Україні під час проведення стратегічного аналізу Звіту слід враховувати зміни ставок податків та зборів. Всі ж інші внутрішні показники фінансової звітності (собівартість реалізованої продукції, адміністративні витрати, витрати на збут) підприємство в змозі попередньо прорахувати, оскільки до уваги беруться показники лише від звичайної діяльності.

Для цілей стратегічного аналізу фінансових результатів прогнозна величина нерозподіленого прибутку, а також співвідношення темпів його збільшення(зменшення) з темпами

зміни обсягу реалізованої продукції, є надзвичайно важливим показником, від якого залежить прийняття рішень щодо стратегії оптимізації витрат, цінової і дивідендної політики тощо [3, с.245].

Прогнозування статей фінансового звіту можна проводити за допомогою багатьох методів, що полягають у використанні формалізованих або інтуїтивних підходів і відрізняються один від одного точністю і формою представлення результатів, трудомісткістю операцій і кількістю вхідних даних.

При здійсненні прогнозного аналізу слід обрати один метод, а для більш ефективного результату скомбінувати декілька методів. Методи прогнозування можна розділити на групи: методи експертних оцінок; метод оптимізації; автокореляційних часових функцій; методи екстраполяції трендів; методи кореляційно-регресійного аналізу та методи економіко-математичного моделювання.

Метод експертних оцінок проводиться на основі врахування суб'єктивних думок експертів про майбутній стан підприємства. Даний метод проявляє свою раціональність і зазвичай має якісний характер. Для поєднання якісних та кількісних підходів використовують метод сценаріїв як один із ефективних засобів для організації прогнозування.

Метод екстраполяції трендів базується на статистичному визначенні тенденцій динаміки розвитку економічного показника у певному періоді з відповідним продовженням на майбутні періоди.

Сутність методу системного аналізу полягає в тому, що кожна одиниця передбачає собою складну систему елементів, які об'єднані великою кількістю зв'язків як один з одним, так і з зовнішнім середовищем. Чим складніша економічна одиниця, тим більше складових її підсистем, тим складніший і багатогранніший повинен бути аналіз її фінансово-господарської діяльності.

Метод економіко-математичного моделювання полягає у встановленні зв'язку між узагальнюючими результативними показниками ефективності діяльності підприємства і зовнішніми факторами, які обумовлюють певні їх значення. Економіко-математична модель повинна бути адекватною дійсності, відображати істотні сторони і зв'язки об'єкта, що вивчається.

Досить важливого значення в процесі аналітичного дослідження набувають статистичні методи, за допомогою яких можна

визначити чисельність груп експертів, періодичність збору даних, провести оцінку теоретичних економіко-математичних моделей.

Портфельний аналіз – це інструмент стратегічного аналізу, за допомогою якого керівництво підприємства виявляє та оцінює свою господарську діяльність з метою вкладення коштів у найбільш прибуткові та перспективні її напрямки, а також скорочує або припиняє інвестування в неефективні проекти. Основним прийомом портфельного аналізу є побудова двовимірних (трьох, чотирьох, n-вимірних) матриць за допомогою яких бізнес-одиниці або продукти порівнюються один з одним за такими критеріями, як темпи росту продажу, стадія життєвого циклу, доля ринку.

Порівняно з іншими методами, перевагою методу портфельного аналізу є комплексний розгляд певного набору продуктів, простота та наглядність можливих стратегій, різні варіанти стратегій, акцент на якісні сторони аналізу. Однак поряд з позитивними сторонами можна зазначити і недолік, який полягає в тому, що обмежується кількість позицій та показників, обмежена кількість стратегій.

Отже, аналіз методів та моделей проведення стратегічного аналізу мають як свої недоліки, так і переваги в застосуванні. Аналітик повинен застосовувати методи, які дозволяють визначити ситуацію, що склалась на підприємстві, і приймати точні та зважені стратегічні рішення.

Проінформованість підприємства про зміни навколишніх факторів досягається за допомогою прогнозування, однак швидка плінність змін ускладнює цей процес. Саме тому підприємство має постійно займатися прогнозуванням всіх зовнішніх явищ, аналізом ймовірних проблем і сприятливих можливостей.

Виходячи з вищезазначеного можна зробити висновки щодо необхідності дослідження зовнішніх та внутрішніх фінансових показників, використання різних методичних прийомів, припущень, підходів в аналізі ситуацій при змінних умовах зовнішнього середовища.

Отже, стратегічний аналіз фінансових результатів (як один із важливих кроків діагностики дасть) можливість сформулювати загальну картину фінансової діяльності підприємства, визначити його фінансові потреби, що впливають з операцій, які прогножуються, та дасть змогу приймати важливі стратегічні

рішення.

**Список використаних джерел:**

1. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Учеб. пособие . – М.: ИНФРА-М, 2002. – 260 с.
2. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчан М.І., Піча Ю.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. – К.: Каравела; Львів: Новий світ – 2000, 2001. – 298с.
3. Гордієнко П.Л., Дідковська Л.Г., Яшкіна Л.В. Стратегічний аналіз: Навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і одп. – К.: Алерта, 2088. – 478.
4. Стратегическое планирование / Под ред. Уткина Э.А. – М.: Тандем. ЭКМОС, 1998. – 440 с.
5. Хорин А.Н., Керимов В.Э. Стратегический анализ. – М.: Эксмо, 2006. – 288 с.