

УДК 005.337:[005.951:005.585]

Фролова Л.В., д-р екон. наук, проф.,
Боднарюк Є.О. (ДонНУЕТ, Донецьк)

ДІАГНОСТИКА ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ

У статті розглянуто необхідність оцінки прибутковості підприємства за умови використання одного з механізмів діагностики – рейтингової оцінки. Рейтинг дає можливість виявити недоліки і переваги порівняно з підприємствами-конкурентами, особливо для тих підприємств, які прагнуть бути конкурентоспроможними, а це допомагає забезпечити їх економічну стійкість, а відповідно й актуальність обґрунтування методичних положень і практичних рекомендацій щодо розкриття цього питання.

Ключові слова: *прибуток, підприємство, рейтинг, оцінка, ефективність, управління.*

Актуальність теми роботи обумовлена тим, що прибуток завжди посідає важливе місце в економічній науці. Прискорення й ускладнення інформаційних потоків, посилення політичних та економічних ризиків вимагають від підприємства постійної оцінки її діяльності. Одним із механізмів діагностики є рейтинг. Рейтинг дає можливість виявити недоліки і переваги порівняно з підприємствами-конкурентами, особливо для тих підприємств, які прагнуть бути конкурентоспроможними. Тому впровадження інструментів економічної діагностики – є необхідним для підприємства, яке бажає підняти діяльність підприємства на новий рівень.

Питанням, пов'язаним із визначенням категорії «прибуток підприємства», присвячено значну кількість праць. Теоретичні та методологічні основи оцінки прибутку підприємства досліджено в працях як вітчизняних, так і зарубіжних економістів: М.С. Абрютіної, А.У. Альбекова, М.Д. Білик, І.О. Бланка, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазаракі та ін. Разом з тим, беручи до уваги численні наукові розробки, проблема оцінки ефективності управління прибутком підприємства не дістала належного розв'язання і, залишаючись недостатньо дослідженою та методично забезпеченою, потребує подальшого розвитку як у науково-теоретичному, так і в організаційно-практичних аспектах.

Мета статті полягає в обґрунтуванні методу оцінки економічної діагностики, яке сприяє підвищенню ефективності управління прибутком підприємства.

Кожне підприємство має знати свій конкурентний статус для визначення власної ринкової позиції з метою подальшого ефективного розвитку.

Порівняльна оцінка ефективності діяльності підприємства основних його конкурентів дозволяє визначити їх переваги, можливості і слабкі сторони фірм-конкурентів.

Зміну конкурентних умов господарювання підприємств обумовлює необхідність застосування нових підходів до оцінки ефективності управління прибутком підприємства, що дозволяють отримати комплексну оцінку ефективнос-

ті управління діяльності підприємства. Таку оцінку можна отримати різними методами та з використанням різних критеріїв.

Одним із методів оцінки сукупної ефективності управління прибутком може бути метод, заснований на комплексній порівняльній рейтинговій оцінці.

Методика рейтингової оцінки була розроблена Б.І. Майданчиком, В.В. Дроздовою, В.П. Івановою та ін. Використання такої методики дає можливість охарактеризувати стан підприємства за допомогою одного синтезованого показника – рейтингу, що вимірюється в балах. У подальших дослідженнях визначаються можливі коливання цього рейтингу в межах гранично-припустимого інтервалу.

Основні етапи методики порівняльної рейтингової оцінки стану підприємства наведено на рисунку 1.

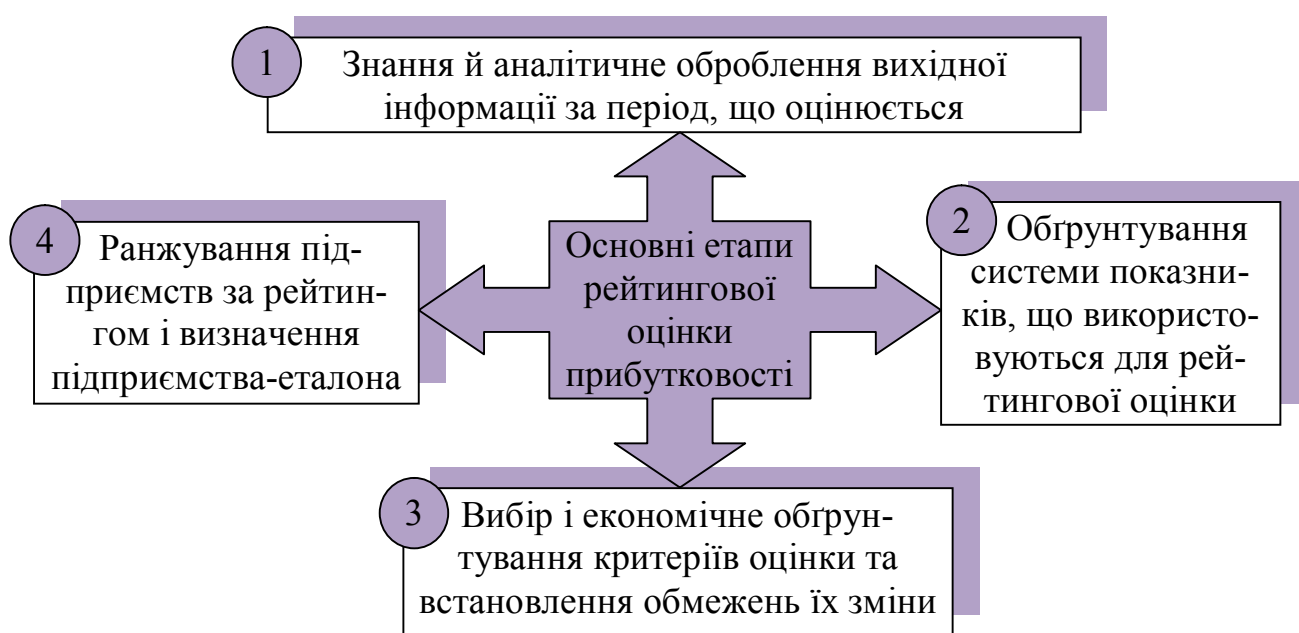


Рисунок 1 – Основні етапи здійснення рейтингової оцінки прибутковості підприємств

На етапі вибору й економічного обґрунтування критеріїв оцінки для кожного показника групи розраховують максимальне і мінімальне значення, а також оптимальні величини граничних інтервалів. Крім того, методика передбачає як критеріальну ознаку не конкретний показник, а тенденцію зміни (тренд). Залежно від характеру та величини відхилення конкретного показника від установленого значення йому надають відповідної оцінки в балах. Наступним етапом аналізу є внутрішній рейтинг групи [3, с. 86-87].

Підсумкова рейтингова оцінка враховує всі найважливіші параметри (показники) підприємства. У ході її побудови використовуються дані про стан підприємства (показники прибутковості господарської діяльності, ефективності управління, ділової активності підприємства, ліквідності та фінансової стійкості). Точна й об'єктивна оцінка стану підприємства не може базуватися на доволіному наборі показників. Тому вибір і обґрунтування показників діяльності

підприємства повинні здійснюватися на основі теорії ефективного управління підприємством, виходити з потреб суб'єкта управління в аналітичній оцінці.

В основу розрахунку підсумкового показника рейтингової оцінки лежить порівняння підприємств за кожним показником з умовним еталонним підприємством, яке має найкращі показники за всіма показниками, що порівнюються. Таким чином, базою відліку для рейтингової оцінки стану підприємства є не суб'єктивні припущення експертів, а найвищі результати, які склалися в реальному ринковому середовищі, з усієї сукупності об'єктів, що порівнюються. Еталоном порівняння є конкурент, у якого всі показники є найкращими [3, с. 84-86].

Такий підхід відповідає практиці ринкової конкуренції, де кожен самостійний підприємець прагне до того, щоб за всіма показниками діяльності виглядати краще за свого конкурента.

Для визначення конкурентоспроможності ТОВ «МЕТАКАМ» була сформована група експертів, які виставили підприємству та її основним конкурентам оцінки з кожного ключового фактора. Використовували незважену і зважену оцінку конкурентної сили на основі певної системи економічних показників. Для рейтингової оцінки управління прибутковістю ТОВ «МЕТАКАМ» були обрані основні конкуренти: ТОВ «Обеліск» ПП «ІНТЕР».

На першому етапі рейтингової оцінки формується вихідна таблиця даних. Другим етапом є здійснення розрахунків цих показників і стандартизація підприємства, що досліджується, щодо конкретного показника (за підприємствами конкурентами). На третьому етапі рейтингової оцінки передбачалося порівняння фактичних показників, конкретних підприємств і показниками еталонного підприємства за формулою (1):

$$X_{ij} = \frac{A_{ij}}{\max A_{ij}}, \quad (1)$$

де X_{ij} – стандартизований i -й показник рейтингу j -го підприємства;

A_j – фактичне значення i -го показника рейтингу j -го підприємства;

$\max A_{ij}$ – значення i -го показника еталонного підприємства (максимальне значення i -го показника) серед підприємств, які досліджуються [1, с. 126].

Для кожного підприємства, яке аналізується, було визначено значення його рейтингової оцінки, що відображено в таблиці 1, на основі такої формули:

$$R_j = \sqrt{(1 - x_{1j})^2 + (1 - x_{2j})^2 + \dots + (1 - x_{nj})^2}, \quad (2)$$

де $x_{1j}, x_{2j}, \dots, x_{nj}$ – стандартизовані показники j -го підприємства [1, с. 126].

Кінцевим етапом рейтингової оцінки є ранжування. При цьому найвищий рейтинг привласнюється підприємству з мінімальним значенням коефіцієнта

рейтингової оцінки, а решта підприємств ранжується згідно зі зростанням значення цього показника.

Таблиця 1 – Розрахунок узагальненого показника рейтингової оцінки і виявлення конкурентного статусу ТОВ «МЕТАКАМ»

Показники	Коефіцієнт		
	ТОВ «МЕТАКАМ»	ТОВ «Обеліск»	ПП «ІНТЕР»
Чистий прибуток на 1 грн обсягу реалізації	0,2900	0,1914	0,0000
Прибуток від реалізації продукції на 1 грн обсягу реалізації	0,0432	0,0000	0,1056
Прибуток від фінансово-господарської діяльності на 1 грн обсягу реалізації	0,3053	0,1162	0,0000
Прибуток до оподаткування на 1 грн обсягу реалізації	0,2900	0,1182	0,0000
Рейтингова оцінка підприємства	0,9636	0,6525	0,3250
Місце за рейтингом	3	2	1

Таким чином, у результаті здійснення рейтингової оцінки ми отримали такі результати:

- ПП «Інтер» можна віднести до підприємств з абсолютно ефективним механізмом управління розподілом прибутку, що підтверджується високим загальним рейтингом;

- ТОВ «Обеліск» належить до підприємств з ефективним механізмом управління розподілом прибутку, хоча є певні відхилення за окремими показниками;

- ТОВ «МЕТАКАМ» має деякі труднощі з управління розподілу прибутку, підприємство можна охарактеризувати як підприємство з підвищеним ризиком, рівень якого може бути знижений завдяки розробці стратегії підвищення ефективності управління прибутком підприємства.

Для подальшого ефективного функціонування ТОВ «МЕТАКАМ» слід ретельно визначити всі «слабкі» місця, вжити заходів щодо їх усунення або послаблення та постійно здійснювати моніторинг розвитку сучасного ринку торгівлі з метою підтримання конкурентоспроможності.

Отже, на цьому етапі ситуацію на ринку непродовольчого ритейлу можна охарактеризувати як формування конкуренції. Тому розробка і реалізація ефективної стратегії розвитку може вивести ТОВ «МЕТАКАМ» на новий ступінь розвитку та забезпечити йому конкурентоспроможність на ринку непродовольчого ритейлу.

Слід зазначити, що важливим моментом у процесі діагностики й аналізу внутрішнього середовища функціонування підприємств є визначення його стратегічних проблем. Під проблемою зазвичай розуміється невідповідність стану об'єкта, що управляється, до встановлених цілей.

Перелік проблем ТОВ «МЕТАКАМ» подано на рисунку 2.

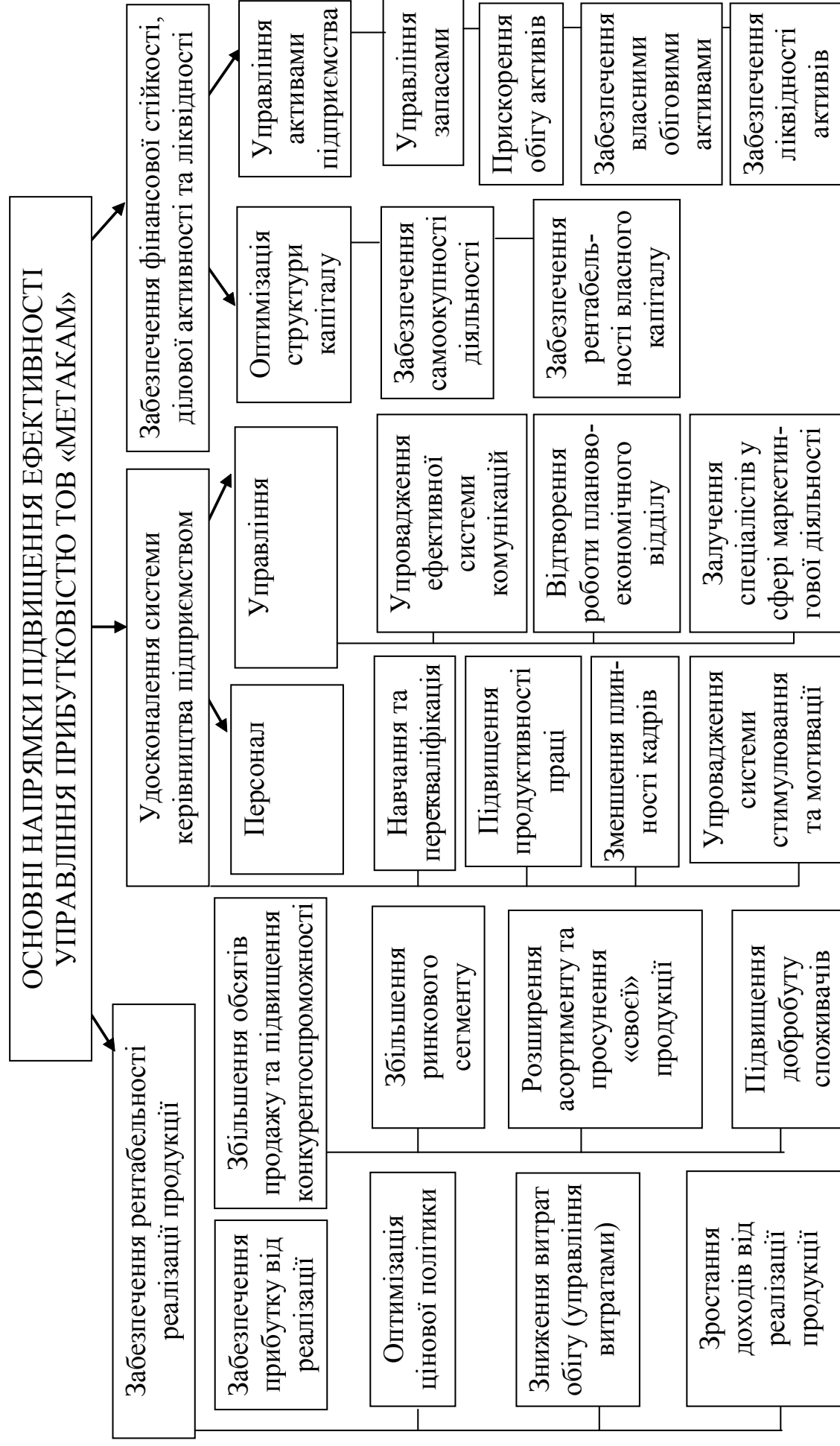


Рисунок 2 – Дерево проблем ТОВ «МЕТАКАМ»

Головною проблемою підприємства є відсутність системи управління прибутком підприємства за умови стратегічного планування. Високі виробничі витрати і фактично відсутній контроль за їх здійсненням спричиняють зростання ціни на продукцію підприємства, а це є результатом зменшення її конкурентоспроможності. Фінансові проблеми призводять до поступової втрати позицій підприємства на ринку реалізації товарів народного споживання.

Таким чином, організаційні проблеми підприємства перш за все стосуються організаційної структури підприємства. Відсутність системи управління прибутком на підприємстві робить неможливим вирішенням завдання стратегічного характеру.

Одним із методів розв'язання проблем підприємства є побудова «дерева проблем». Для цього необхідно визначити генеральну проблему підприємства. Такою проблемою ТОВ «МЕТАКАМ» є відсутність періодичної оцінки конкурентного статусу підприємства та певної моделі стратегічного планування.

Для покращання роботи та прибуткового стану підприємства ТОВ «МЕТАКАМ» необхідно впровадити такі зміни:

- розширити торговельні площі за рахунок складських приміщень;
- створити спеціалізовані відділи для малозабезпечених;
- збільшити асортимент продукції;
- підтримувати ціни на рівні конкурентів, а на деякі види товарів знижувати;
- рекламувати товари;
- упроваджувати заходи стимулювання.

За результатами дослідження можна зробити висновок, що використання рейтингової оцінки для діагностики прибутку підприємства дозволяє проводити комплексне багатогранне дослідження прибутку підприємства, порівняно з конкурентами. Головною особливістю проведених досліджень є те, що на основі отриманих результатів підприємство може покращити роботу та фінансовий стан підприємства чи впровадити деякі зміни.

Наукова новизна дослідження містить також удосконалення методичних підходів до проведення діагностики прибутковості підприємства та обґрунтування вибору рейтингової оцінки. Усе це доводить значущість наукових результатів, наведених у статті, для економічної теорії і практики.

Перспективами подальшого розвитку в цьому напрямку є проведення досліджень інших методів оцінки ефективності управління прибутком і метою стабілізації та подальшого підвищення ефективності діяльності підприємства.

Література

1. Фролова Л.В. Економічна діагностика діяльності підприємств: методичний та практичний інструментарій / Л.В. Фролова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. – 158 с.
2. Інфраструктура товарного ринку: підручник / За ред. О.О. Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 702 с.
3. Економічна стратегія розвитку підприємства: монографія / За ред. В.К. Данилка. – Житомир: ЖДТУ, 2009. – 326 с.