

ДІАГНОСТИКА КРИЗОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

М. О. Джаман, доктор економічних наук;

Т. Б. Іщенко-Пренделас

Криза, що прокотилася світом, не залишила осторонь і Україну. Якщо раніше можна було говорити про вихід з кризи, який пов'язаний із переходом від одного економічного устрою до іншого, то сьогодні ми маємо справу з необхідністю моделювання нових управлінських рішень, нових продуктивних напрямів і реорганізації підприємств під нову модель економіки. На жаль, більшість регіональних підприємств зіштовхнулось не лише з проблемами податкового тиску, а й з більш простими проблемами: зниження платоспроможного попиту на рівень критичного, погіршення транспортного сполучення, збій у постачанні основної сировини, яка йшла з-за кордону України (що, у свою чергу, стало наслідком різких коливань гривні та світової кризи) тощо. З огляду на ці причини й умови не один власник підприємства часто розмірковував про доцільність і перспективи ведення бізнесу.

Для того щоб визначити стан підприємства й глибину його кризового стану, ми пропонуємо експрес-діагностику, яка дасть відповідь на запитання про доцільність продовження діяльності та першочергові кроки для виходу з ситуації, що склалась.

Першим кроком при визначенні стану підприємства є перевірка відповідності прибутків (збитків), що показуються для податкових органів дійсності [1, с. 52]. Насамперед слід звернути увагу на ті обставини, які можуть викривити справжні результати фінансової діяльності підприємства, а саме: 1) метод, який підприємство використовує для розрахунку вартості ресурсів, що є складовою собівартості (метод обліку руху товарно-матеріальних запасів); 2) методи амортизації, які використовує підприємство, для найбільш дорогих

основних фондів (матеріальних і нематеріальних), при цьому звернути увагу на час їх придбання чи створення їх власними силами; 3) принцип зарахування продукції (послуг) у ранг готової, на підставі чого розраховується прибуток; 4) вид платіжних засобів, якими розраховуються з підприємством, порівняно з тим, якими засобами розраховується підприємство з постачальниками.

Метод розрахунку вартості ресурсів є складовою собівартості реалізованої продукції. Зрозуміло, що не всі запаси зі складу підприємство використовує у звітному періоді, частина з них переходить у вигляді залишків на наступний період. Тому важливо звернути увагу на те, як саме обліковуються ресурси, що купуються, що є складовою собівартості.

Застосування методу суцільної ідентифікації, при якому куплені ресурси відображаються в періоді за сумою і видом по фактичному використанню, є найбільш об'єктивним при визначенні собівартості. Проте він є найбільш тривалим щодо збору й обробки інформації, тому і використовується дуже рідко. Частіше зустрічається метод середньої ціни, при якому розраховується середня ціна ресурсу за звітний період. Цей метод у певній мірі умовний, проте об'єктивний.

При виборі методу LIFO, при якому в розрахунок вартості ресурсів береться до уваги найбільш пізня за часом ціна придбання, переслідується мета економії податку на прибуток. Але використання цього методу в умовах інфляції та прив'язки ціни на матеріали до нестабільного курсу долара США, суттєво викривляє дійсну ситуацію по прибутку підприємства. Тому при використанні такого методу для приведення даних до дійсних потрібно ви-

користувати хоча б метод середньої ціни.

При використанні методу FIFO, за яким у звітний період для обрахунку собівартості використовуються запаси, які придбались значно раніше, підприємство штучно занижує собівартість і нарощує прибуток. Такий метод використовують у разі необхідності покращення фактичного фінансового стану, наприклад, з метою залучення кредитів або ж інвестицій ззовні, або перед додатковою емісією акцій для кращого її розміщення. Таким чином, для об'єктивного огляду ситуації на підприємстві краще використовувати метод середньої ціни, який принаймні не тривалий для отримання необхідної інформації та більш-менш об'єктивним.

Для оцінки способів амортизації, які застосовує підприємство, важливо визначити, чи цей спосіб є *уповільненим*, прискореним або рівномірним. При уповільненому способі підприємство застосовує рівномірну прямолінійну амортизацію і включає в операційні витрати суми амортизації, які рівномірно їх збільшують. У такому випадку слід звернути увагу на те, на якому етапі списання знаходяться дані фонди. Якщо їх лише недавно почали амортизувати, то внаслідок відносно невеликих відрахувань на амортизацію в першій половині терміну операційні витрати підприємства штучно занижуються, що призводить до штучного підвищення прибутку (мета, яка переслідується в цьому випадку, нам відома: завищена кредитоспроможність і інвестиційна привабливість). У тому випадку, коли фонди знаходяться на більш пізньому етапі амортизаційного періоду і на баланс поставлені давно амортизаційні витрати будуть надвисокими, що штучно нарощує витрати підприємства і занижує його прибутковість.

Щодо *прискореної* амортизації, то тут слід виділити дві сторони. По-перше, якщо основні фонди були придбані (створені власноруч) недавно, то сума амортизаційних відрахувань є дуже завищеною, що суттєво знижує прибутковість підприємства (це своєрідний спосіб економії на податках або податковий інвестиційний кредит). По-друге, якщо раніше прискорено амортизовані активи знаходяться на пізніх стадіях амортизації, то підприєм-

ству доводиться сплачувати більший податок на прибуток, через дуже низьку частку амортизаційних відрахувань у складі собівартості продукції, що штучно завищує показник прибутку підприємства.

Метод, який дозволяє *рівномірно* списувати амортизаційні відрахування, має відповідну назву. Отже, розглядаючи амортизаційні відрахування, слід звертати увагу на час їх придбання і постановки на баланс підприємства, а також метод амортизації основних засобів.

Особливу увагу при аналізі глибини кризи на підприємстві, слід звернути на метод зарахування продукції до реалізованої. Згідно з чинним законодавством, підприємство має право зараховувати продукцію до реалізованої на таких підставах: 1) у разі надходження коштів на її оплату на розрахунковий рахунок за фактом поставки продукції; 2) у разі надходження першої оплати при продажу продукції в розстрочку; 3) за фактом виконання базису поставки в різноманітних договорах на поставку продукції (за визначеннями правил торгівлі – Інкотермс).

При визначенні фінансово-економічної ситуації на підприємстві реалізованою продукцією можемо вважати ту, за яку надійшли кошти на розрахунковий рахунок або в касу підприємства, включно з тими коштами, які є частковими платежами попереднього продажу товарів у розстрочку. Саме за цими критеріями буде перераховано і прибуток.

Сьогодні знову популярними стали розрахунки на основі альтернативних платіжних засобів, тобто бартеру або векселів. За наявності саме таких способів розрахунку прибуток підприємства повинен бути скорегований з урахуванням ліквідності та зміни ринкової вартості платіжних інструментів, що замінують грошові кошти. До того ж, спосіб перерахування платіжних інструментів має застосовуватись як до тих способів, якими ведуть розрахунки з підприємством, так і до тих, якими розраховується воно саме.

Повну картину діагностики фінансово-економічної ситуації на підприємстві необхідно доповнити розрахунком рентабельності підприємства за поточними операціями та капіталом, що в нього інвестували. Для цього

найбільш зручним показником, на наш погляд, є показник із аналізу Дюпона [2, с. 54]. Цей показник дає змогу зрозуміти причину зниження ефективності підприємства:

$$ROE = \frac{\Pi}{ВК}, \quad (1)$$

де ROE – показник ефективності підприємства;

Π – прибуток після сплати відсотків по кредиту та податку на прибуток;

ВК – розмір власного капіталу.

Для більш детального розгляду ситуації формулу Дюпона розкладають на показники-фактори, що полегшує ведення аналізу:

$$ROE = \left(\frac{\text{прибуток}}{\text{реалізація}} \right) \cdot \left(\frac{\text{реалізація}}{\text{сума активів по балансу}} \right) \cdot \left(\frac{\text{сума активів по балансу}}{\text{власний капітал}} \right), \quad (2)$$

де *реалізація* – обсяг реалізації (виручка від продажу) підприємства. За умови систематичної наявності у підприємства позареалізаційних доходів, замість показника реалізації може використовуватись показник обороту, в якому до обсягу реалізації додають позареалізаційні доходи підприємства.

Для аналізу стану підприємства в умовах кризи необхідно визначити рівень показників тих підприємств, що залишились лідерами продажу, або ж скористатись принаймні середньогалузевими показниками [3, с. 155].

Зрозуміло, що на результат за формулою (1) впливають як кожен розрахунок, так і загальний результат. За умов зниження показника «прибуток/реалізація» продукція підприємства недостатньо рентабельна по відношенню до витрат на її виробництво і продаж. У цьому випадку підприємство повинно вжити заходів щодо підвищення рентабельності: у короткочасній перспективі – не підвищення прибутку, який закладається в собівартість продукції, а скорочення витрат на виробництво продукції. Тобто при антикризовому управлінні підприємством необхідно зробити акцент на застосуванні нових енергозберігаючих і економічних

технологій.

Зниження показника «реалізація/сума активів по балансу» може бути спричинено такими факторами, як 1) наявність надлишкового незадіяного майна на підприємстві; 2) низька ефективність збуту; 3) простоювання потужностей; 4) низька конкурентоспроможність самого підприємства; 5) застарілі, неекономічні технології; 6) недостатність оборотних коштів для повного завантаження виробничих потужностей. За цих умов підприємство може виявити надлишкове обладнання, яке не застосовується, і провести його якнайшвидший розпродаж.

При низькому показнику «сума активів по балансу/власний капітал» можна зробити висновок про те, що підприємство майже не використовує кредити. Тобто підприємство повинно залучати інвестиції з метою розвитку, але в межах збереження ліквідності підприємства.

Кожне підприємство потребує індивідуального підходу до аналізу економічного стану з огляду на його регіональне розташування, способи ведення діяльності, обрахунку запасів і матеріалів, а також нарахування амортизаційних відрахувань. Підприємство може бути неплатоспроможним, проте це не означає, що воно банкрут або приречене до закриття, адже воно може мати достатньо активів і проектів, продаж або ж розвиток яких призведуть до надходження коштів не лише в короткостроковому періоді, а й довгостроковому також.

Фінансове оздоровлення підприємства через спектр кредитів або інвестицій виглядає нереальним у світлі сьогодення, проте розвиток нових продуктів і вдосконалення наявних технологій, застосування економії ресурсів не лише матеріальних, але й виокремлення високоефективних і результативних трудових ресурсів, неодмінно принесе власникам свій позитивний результат уже найближчим часом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Практическое пособие по арбитражному управлению предприятием / [А. Д. Бобрышев, Г. А. Гордиенко, Г. Б. Юн и др.]; под ред.

- Г. Б. Юна. – М. : Гильдия специалистов по антикризисному управлению, 1999. – 189 с.
2. Валдайцев С. В. Антикризисное управление на основе инноваций : [учебник] / С. В. Валдайцев. – М. : Проспект, 2005. – 310 с.
3. Чернова Г. В. Практика управления рисками на уровне предприятия / Г. В. Чернова. – СПб. : Питер, 2000. – 176 с.

УДК 658.8

ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЙНИМ ЗАГРОЗАМ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА АПК

О. А. Бурбело, доктор економічних наук

Підприємства АПК усе активніше залучаються до інформатизації процесу виробництва, використовуючи нові інформаційні технології, такі як Інтернет. Розширення використання послуг, що надаються в мережі Інтернет обумовлює велика кількість можливостей для підприємств аграрного сектора. В той же час Інтернет-мережа негативно впливає на підприємства галузі. Чим успішніше розвивається підприємство АПК, тим більше у нього конкурентів. І тим більше шансів у процвітаючого підприємства знайти неприємну інформацію про себе на різних сайтах в Інтернеті. Особливо це актуально зараз, коли майже кожне підприємство має доступ до мережі. Оскільки підприємства АПК є одними з основних наповнювачів бюджетів України всіх рівнів, забезпечують більше 60 % працездатного населення робочими місцями, виникає необхідність розгляду стабілізації їх діяльності й активізації їх правового захисту. Через це актуалізуються питання, пов'язані з правовим захистом репутації підприємств аграрного сектора.

Дослідження показали, що велика кількість наукових робіт пов'язана з дослідженням сутності репутації [2, 3], схожих понять, таких як «імідж» [1, 5], дослідженням фінансових аспектів діяльності підприємств АПК [1, 4, 7]. Проте у наукових працях недостатньо уваги приділено правовим аспектам захисту репутації підприємств, особливо в агропромисловому комплексі.

Мета статті полягає у виявленні способів

правового захисту інтернет-загроз репутації підприємства АПК.

Якщо хтось опублікував інформацію, що негативно впливає на репутацію підприємства АПК, то добитися спростування цієї інформації і відшкодування збитків через суд їй відносно просто. Підприємство АПК подає позову заяву про захист ділової репутації в арбітражний суд. У заяві вказує, яка інформація, на його думку, негативно впливає на репутацію фірми, і хто цю інформацію розповсюдив. До позову фірма прикладає екземпляр того видання, в якому були опубліковані відомості, що негативно впливають на репутацію підприємства.

Але все набагато складніше, якщо конкуренти розмістили негативну інформацію не у пресі, а в Інтернеті. Як довести суду, що відомості дійсно там були, якщо на момент розгляду справи їх уже видаляють із сайту. Така практика популярна, оскільки «чорний піар» безкарно найпростіше за все зробити саме в мережі. З такими проблемами стикаються багато підприємств. Знайшовши негативну інформацію про свою фірму на чужому сайті, вони не можуть захистити свої інтереси в суді. Як правило, до моменту призначення судового розгляду конкуренти вже встигають видаляти все з Інтернету. А довести, що вона там дійсно була, не так-то просто. Крім того, якщо негативну інформацію поширюють через мережу, виникає ще одна проблема – до кого пред'являти позов. Адже у «Всесвітній павутині» її здебільшого розміщують анонімно.