

УДК 339.13.017:629.3310

Рифяк Р. Р.

Національний університет «Львівська політехніка»

## ВНУТРІШНІ ТА ЗОВНІШНІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ АВТОМОБІЛІВ

У статті здійснено аналіз ринку автомобілів в Україні та сучасних проблем автомобільної промисловості України в динаміці за п'ять років. Розкриті зміни, що відбулися у сфері продажу та виробництва автомобілів під впливом економічної кризи. Досліджено якісні та структурні зміни ринку автомобілів. Визначено основні внутрішні та зовнішні чинники, які впливають на ситуацію на ринку автомобілів в Україні.

**Ключові слова:** автомобілі, підприємство, ринок, чинники розвитку, особливості функціонування.

**Постановка проблеми.** Ринок автомобілів є одним із найбільш динамічних секторів внутрішнього ринку останнього десятиліття в Україні. Однак саме цей ринок зазнав чи не найсильнішого удару фінансово-економічної кризи 2008-2009 рр., що обумовило суттєве падіння показників розвитку торгівлі автомобілями: протягом 2009-2010 років скоротилася кількість підприємств, що працюють у даній сфері (на 40%), значно збільшилася кількість збиткових підприємств торгівлі (до 54%), зменшився обсяг їх товарообороту (на 57%), внаслідок чого Україна втратила позиції у загальноєвропейському рейтингу обсягів автомобільного ринку. Одним із домінуючих факторів подолання кризових тенденцій та переходу до стійкого розвитку економіки України є забезпечення фінансово-економічної результативності та зростання прибутковості функціонування підприємств автомобільного ринку. В умовах здорожчання фінансових ресурсів саме прибуток повинен стати основним джерелом фінансування господарської діяльності та розвитку торговельних підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Коло означених проблем щодо ефективного функціонування торговельних підприємств на внутрішньому ринку із різним ступенем глибини розглядали І. Бланк, Л. Балабанова, С. Баранцева, В. Блонська, Р. Валевич, О. Гончар, Л. Донець, Г. Крамаренко, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, Б. Мізюк, Н. Міценко, Л. Омелянович, О. Орлов, А. Поддєрьогін, С. Покропивний, А. Садеков, Н. Ушакова, О. Хістєва, В. Худа, М. Чорна, А. Шеремет та ін.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Поряд з цим, в умовах нестабільності розвитку економіки країни окремі теоретичні положення та методичний інструментарій управління фінансово-економічними результатами підприємств, які здійснюють торговельну діяльність на ринку автомобілів, потребують конкретизації та розвитку.

**Метою статті** є виявлення основних проблем щодо формування фінансово-економічних результатів функціонування підприємств на ринку автомобілів в Україні та окреслення напрямків підвищення ефективності управління їх прибутком.

**Виклад основного матеріалу.** Аналіз основних тенденцій та проблем на автомобільному ринку України дозволив виокремити низку основних чинників зовнішнього характеру, які формуватимуть динаміку розвитку автомобільного ринку в найближчій перспективі. Зокрема:

– істотне зниження усіх макроекономічних показників (падіння ВВП, зниження купівельної спроможності населення, реальної заробітної плати, зайнятості, рівня доходів тощо) не дозволяє підприємствам торгівлі автомобілями сподіватись на відновлення обсягів продажів автомобілів 2008

року у найближчій перспективі, а отже і на суттєве зростання прибутковості та рентабельності їх діяльності. У 2010-2012 рр. ситуація дещо покращилася, але не досягла передкризового рівня;

– одним із важливих зовнішніх чинників є відсутність чіткого механізму кредитування, здатного суттєво розширити попит на автомобілі в сучасних умовах. Сьогодні деякі автокомпанії та автодилери розробляють власні фінансові програми з метою стимулювання продажів. Втім, навіть за їхньої участі, доступність кредитів на придбання автомобілів ще далека від докризових умов кредитування: терміни переважної більшості пропозицій залишаються короткостроковими (1-3 років), а початкові внески становлять від 30% до 70% вартості автомобіля стримуєчим. Тому критеріальною умовою розвитку як українського автомобільного ринку, так і вітчизняного автомобілебудування, є стимулювання і здешевлення споживчого автокредитування;

– дестабілізуючим чинником розширення авторынку є нестабільність української валюти та недосконалість законодавчої бази. Оцінка результатів протекціоністських заходів щодо вітчизняного автовиробника дозволяє говорити про їх низьку дієвість (частка ринку українських автомобілів продовжує знижуватись, а державний бюджет недоотримує значні суми митних платежів);

– негативним чинником можна вважати і відсутність державної цільової економічної програми розвитку автомобільної промисловості та регулювання ринку автомобілів. Концепція такої програми розроблена Міністерством промисловості України ще у 2008 році [2], однак до сьогодні не прийнята;

– додатковий конкурентний тиск на підприємства торгівлі автомобілями чиниться з боку ринку вживаних автомобілів, основними операторами на якому виступають фізичні особи-підприємці що також слід віднести до вагомих чинників зовнішнього середовища. Саме фізичні особи-підприємці виявились більш конкурентоспроможними в кризовий період завдяки значно нижчому рівню трансакційних витрат при продажі автомобілів.

Означені чинники формують екзогенне середовище функціонування вітчизняного ринку автомобілів та визначатимуть напрямки його розвитку у найближчій перспективі. Поряд з цим не менш важливими є сукупність внутрішніх чинників розвитку автомобільного ринку України, зокрема тих, які формуються на мікрорівні. До таких чинників слід зарахувати: організаційно-економічну систему управління підприємствами торгівлі автомобілями, управління результатами фінансово-економічної діяльності підприємства, стратегію розвитку підприємства, дивідендну політику, забезпеченість фінансовими ресурсами для розвитку тощо.

З метою визначення впливу внутрішніх чинників на розвиток підприємств торгівлі автомобілями здійснено прогнозування показників системи управління їх прибутком. Зокрема, для дослідження ефективності управління підприємствами (ефективність розглядаємо в контексті формування та використання прибутку підприємств) побудуємо низку регресійних моделей. В основі моделювання лежать економічні гіпотези, які якісно представляють залежності між чинниками формування та розподілу прибутку підприємств торгівлі автомобілями.

Базовими гіпотезами розроблених моделей визначено, що ефективність управління підприємств торгівлі автомобілями характеризується низкою наступних показників: обсяги інвестицій в основний капітал, обсяги дивідендних виплат; темпи зміни інвестицій в основний капітал, темпи зміни дивідендних виплат (результуючі  $Y_1, Y_2, Y_3, Y_4$ ), які залежать від обсягів прибутку ( $X_1$ ), темпів зміни прибутку ( $X_2$ ), податкового коефіцієнта ( $X_3$ ) та обсягів нерозподіленого прибутку ( $X_4$ ). Вихідні дані для аналізу представлені у табл. 1.

Результати кореляційного та регресійного аналізу представлено у таблицях 2 і 3.

Проведене тестування наведених рівнянь регресії на адекватність за допомогою коефіцієнтів детермінації і кореляції підтвердила їх якісну допустимість. F-статистика Фішера засвідчує мож-

ливість застосування регресійних моделей для окремих спостережень та не випадковість отриманих результатів –  $F_{кр.} < F_{сп.}$ .

Одержані моделі можуть застосовуватися у практичній діяльності досліджуваних підприємств торгівлі автомобілями при прогнозуванні ефективності прийняття рішень щодо управління прибутком на коротко- та середньотривалий період. Окрім цього, запропоновані рівняння регресії можуть слугувати інструментом розробки обґрунтованої політики податкового стимулювання інвестиційної діяльності підприємств торгівлі автомобілями.

Результати регресійного моделювання дозволяють стверджувати:

1) інвестиційна політика підприємства визначається не стільки обсягами прибутку, скільки темпами його росту. Тобто рішення про інвестування в основний капітал підприємств торгівлі автомобілями приймаються переважно за умови збільшення темпів росту прибутку. При цьому протягом досліджуваного періоду такий фактор як обсяг нерозподіленого прибутку (тобто наявність заощаджень у підприємства) не мав суттєвого впливу на процес інвестування підприємств;

2) при підвищенні темпів зміни прибутку підприємств торгівлі автомобілями їх менеджмент більше схильний до збільшення інвестицій в осно-

Таблиця 1

Вихідні дані для регресійного моделювання ефективності управління прибутком підприємств торгівлі автомобілями

Роки	Обсяги інвестицій в основний капітал, тис. грн.	Обсяг дивідендних виплат, тис. грн.	Темп зміни інвестицій в основний капітал, %	Темп зміни дивідендних виплат, %	Обсяги прибутку, тис. грн.	Темпи зміни прибутку, %	Податковий коефіцієнт, %	Обсяги нерозподіленого прибутку, тис. грн.
	$Y_1$	$Y_2$	$Y_3$	$Y_4$	$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_4$
2006	10210,3	15714	89,4	128,0	67 856,4	588,92	28,8	1 307 632
2007	18813,8	93096	84,26	492,44	116 313,8	1614,11	26,9	179 409
2008	3303,4	254	-82,44	-99,73	-211 143	-281,53	28,3	977 822
2009	2095	486	-36,58	91,34	-18 021	-91,47	29,7	1 009 693
2010	6234	3081	197,57	533,95	58 229	423,12	27,8	1 072 970
2011	7004	5870	12,35	90,5	74 087	272,3	28,1	1 190 012
2012	9375	5722	33,85	-1,68	80 291	8,37	27,9	928 045

Таблиця 2

Кореляційні залежності між формуванням та розподілом прибутку підприємств торгівлі автомобілями за 2006-2012 роки

Показники	Обсяг інвестицій в основний капітал, тис. грн.	Обсяг дивідендних виплат, тис. грн.	Темп зміни інвестицій в основний капітал, %	Темп зміни дивідендних виплат, %	Обсяг прибутку, тис. грн.	Темп зміни прибутку, %	Податковий коефіцієнт, %	Обсяг нерозподіленого прибутку, тис. грн.
Обсяг інвестицій в основний капітал, тис. грн.	1							
Обсяг дивідендних виплат, тис. грн.	-0,469	1						
Темп зміни інвестицій в основний капітал, %	0,553	-0,414	1					
Темп зміни дивідендних виплат, %	-0,355	0,306	-0,353	1				
Обсяг прибутку, тис. грн.	0,714	0,151	0,759	0,836	1			
Темп зміни прибутку, %	0,694	0,131	0,030	-0,537	0,541	1		
Податковий коефіцієнт, %	-0,709	-0,724	-0,235	-0,810	-0,773	-0,749	1	
Обсяг нерозподіленого прибутку, тис. грн.	0,979	-0,307	0,773	-0,601	0,700	0,713	-0,037	1

## Регресійні моделі залежності чинників формування та використання прибутку підприємств торгівлі автомобілями за 2006-2012 рр.

Регресійна модель	Інтерпретація	R <sup>2</sup>
$Y_1 = 4127 + 8,883x_2$ $Y_1$ – обсяг інвестицій в основний капітал, тис. грн.; $x_2$ – темпи зміни прибутку, %	Підвищення темпів зміни прибутку торговельних підприємств на 1% зумовить збільшення обсягів інвестицій в їх основний капітал на 8,883 тис. грн.	R <sup>2</sup> =0,956
$Y_4 = 224,6 + 0,01x_1$ $Y_4$ – темп зміни дивідендних виплат, %; $x_1$ – обсяг прибутку, тис. грн.	При підвищенні обсягів прибутку торговельних підприємств на 1 тис. грн. темпи зміни дивідендних виплат зростуть на 0,01%	R <sup>2</sup> =0,646
$Y_1 = 14526 - 4845x_3$ $Y_1$ – обсяг інвестицій в основний капітал, тис. грн.; $x_3$ – податковий коефіцієнт, %	Підвищення податкового коефіцієнта на 1% зумовлює зниження обсягу інвестицій в основний капітал на 4845 тис. грн. Підвищення податкового навантаження негативно впливатиме на обсяги інвестування в основний капітал підприємств	R <sup>2</sup> =0,607
$Y_2 = 81222 - 27904x_3$ $Y_2$ – обсяг дивідендних виплат, тис. грн.; $x_3$ – податковий коефіцієнт, %	При підвищенні податкового навантаження (ефективної ставки податку на прибуток) на 1 % обсяг дивідендних виплат знизиться на 27904 тис. грн. Це підтверджує гостру необхідність зниження податкового навантаження на підприємницьку діяльність в Україні	R <sup>2</sup> =0,638
$Y_2 = 39,82 + 0,499x_2$ $Y_2$ – темпи зміни інвестицій в основний капітал; $x_2$ – темпи зміни прибутку, %	Підвищення темпів зміни прибутку торговельних підприємств на 1% зумовить зростання темпів приросту інвестицій в основний капітал на 0,499%	R <sup>2</sup> =0,859
$Y_4 = 106,6 + 0,272x_2$ $Y_4$ – темп зміни дивідендних виплат, %; $x_2$ – темпи зміни прибутку, %	Підвищення темпів зміни прибутку торговельних підприємств на 1% підвищить темпи росту дивідендних виплат на 0,272%	R <sup>2</sup> =0,544

вний капітал, аніж підвищення рівня дивідендних виплат, що засвідчує зростання темпів росту інвестицій в основний капітал при підвищенні темпів зміни прибутку;

3) одним з визначальних чинників політики управління прибутком підприємства є податкова політика держави та рівень податкового навантаження на суб'єкт господарювання. Зростання податкового коефіцієнта спричиняє негативний вплив як на рівень сплати дивідендів, так і на обсяги інвестицій в основний капітал підприємства.

**Висновки і пропозиції.** Сучасний етап реформування державної системи регулювання розвитку підприємницької діяльності в Україні супроводжується низкою позитивних моментів. Так, результатом податкової реформи стало зниження ставок ключових податків, зокрема податку на прибуток підприємств та податку на додану вартість. Водночас, на нашу думку, залишилися невирішеними деякі проблеми та суперечності кодексу в питанні зниження податкового тиску на підприємства.

Сумнівним з точки зору доцільності та ефективності є положення стосовно зниження ставки податку на додану вартість. Даний податок є одним з непрямих податків, тому фактичним суб'єктом оподаткування є кінцевий споживач, а не підприємство, що його сплачує. Таким чи-

ном, зниження ставки податку на додану вартість до 17% в умовах гострого дефіциту ресурсів не є оптимальним з точки зору економічної ефективності. На наш погляд, необхідно зосередитися на зниженні імпліцитної ставки податку на прибуток і лише за наявності ресурсів переходити до зниження ставки податку на додану вартість, але в довгостроковій перспективі. Саме зниження цього податку дозволило б підприємствам вибудувати більш ефективну політику управління прибутком, спрямувати його на інвестування підприємства чи виплату дивідендів акціонерам.

Відсутність системної оптимізації оподаткування призводить до надмірного обсягу стягнення податків при скороченні торговельного обороту і, як наслідок, критичного зменшення оборотних коштів підприємства та їх прибутків. Відсутність належного податкового стимулювання призводить до погіршення фінансової стійкості торговельних підприємств, падіння їх інвестиційної активності, зменшення темпів розвитку.

Сукупність досліджених чинників та тенденцій формують зовнішнє та внутрішнє середовище функціонування ринку автомобілів в Україні, а, отже, мусять враховуватися підприємствами торгівлі автомобілями при визначенні стратегічних та тактичних цілей розвитку і формування механізмів управління підприємствами.

**Список літератури:**

1. Автомобілі: статистика продаж [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://autoconsultant.com.ua/ukrainnews/view/>.
2. Державна цільова економічна програма розвитку автомобільної промисловості та регулювання ринку автомобілів на період до 2015 року (Проект) / Міністерство промислової політики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://industry.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article;jsessionid=2C118B73DB3AE7AA0403303FE8DE094A?art\\_id=67791&cat\\_id=42148](http://industry.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article;jsessionid=2C118B73DB3AE7AA0403303FE8DE094A?art_id=67791&cat_id=42148).
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**Рифяк Р. Р.**

Национальный университет «Львовская политехника»

### **ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ АВТОМОБИЛЕЙ**

**Резюме**

В статье осуществлен анализ рынка автомобилей в Украине и современных проблем автомобильной промышленности Украины в динамике за пять лет. Раскрыты изменения, произошедшие в сфере продаж и производства автомобилей под воздействием экономического кризиса. Исследованы качественные и структурные изменения рынка автомобилей. Определены основные внутренние и внешние факторы, влияющие на ситуацию на рынке автомобилей в Украине.

**Ключевые слова:** автомобили, предприятие, рынок, факторы развития, особенности функционирования.

**Ryfyak R. R.**

National University «L'viv polytechnic»

### **INTERNAL AND EXTERNAL FACTORS OF COMPANIES PERFORMANCE IN THE CAR MARKET**

**Summary**

The article analyzes the car market in Ukraine and contemporary issues automotive industry dynamics in Ukraine for five years. Disclosed changes in sales and production of vehicles affected by the economic crisis. The qualitative and structural changes in the market of cars. The main internal and external factors that influence the car market in Ukraine.

**Key words:** car, enterprise, market, factors of development, specialties of the operation.