

АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО СТАНУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ

М. І. Хопчан,

к.е.н., доцент, кафедра економіки підприємств і корпорацій, Тернопільський національний економічний університет

Н. І. Костецька,

аспірант, кафедра економіки підприємств і корпорацій, Тернопільський національний економічний університет

У статті висвітлено окремі аспекти проведення аналізу внутрішнього стану хлібопекарських підприємств при формуванні стратегії зниження витрат.

ВСТУП

Необхідність розвитку хлібопекарської промисловості зумовлена її високою соціальною значимістю у забезпеченні продовольчої безпеки країни. Однак, на сьогоднішній день галузь перебуває у недостатньо привабливому стані з точки зору ефективності функціонування. Основними проблемами хлібопекарської промисловості України та Тернопільської області є відсутність достовірних даних про реальні обсяги випуску продукції, неповне завантаження потужностей, значне фізичне і моральне зношення технологічного обладнання та низькі темпи його оновлення, диспаритет цін на сировину, енергоносії та хлібобулочну продукцію.

Виявлення та вивчення проблем і особливостей діяльності підприємств хлібопекарської промисловості здійснювали як науковці, так і фахівці-практики, зокрема: О. Васильченко, Н. Волохова, Т. Репіч, В. Белик, А. Щербаков, Д. Гоманюк, В. Кравченко, Н. Ф. Данілов, З. Б. Шифман.

Однак, на сьогоднішній день існує об'єктивна необхідність у підвищенні ефективності функціонування хлібопекарських підприємств за допомогою спеціально розроблених перспективних стратегій. При формуванні стратегії

зниження витрат слід здійснювати оцінювання не лише зовнішнього середовища, а й внутрішнього, що передбачає урахування впливу організаційно-технологічних особливостей галузі, аналіз існуючих стратегій, вивчення результатів і показників діяльності з огляду на перспективу та порівняння із ситуацією в галузі загалом і безпосередніми конкурентами зокрема.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У процесі здійснення господарської діяльності на хлібопекарських підприємствах Тернопільської області приймають ряд тактичних та стратегічних рішень, але не розробляють документ, який передбачав би комплексну модель дій на перспективу та міг би бути названий стратегією підприємства загалом чи стратегією зниження витрат зокрема. Тому на сьогодні актуальним є формування стратегії підприємства, а аналіз діяльності підприємства є основою для прийняття обґрунтованих рішень і розробки стратегічних заходів.

Метою даного дослідження є аналіз діяльності хлібопекарських підприємств Тернопільської області з урахуванням організаційно-технологічних особливостей функціонування у контексті формування стратегії зниження витрат. Саме проведення аналізу діяльності підприємств є важливим етапом формування цієї стратегії.

Для поглибленого дослідження діяльності ми обрали 12 хлібопекарських підприємств Тернопільської області різних за потужністю та формою власності, зокрема 6 хлібозаводів та 6 мініпекарень.

РЕЗУЛЬТАТИ

Аналіз внутрішнього стану хлібопекарських підприємств, який проводять у процесі формування стратегії зниження витрат, необхідно здійснювати з урахуванням таких організаційно-технологічних особливостей, характерних для підприємств хлібопекарської промисловості загалом та Тернопільської області зокрема:

- безперервність технологічного процесу;

- організація щоденної роботи підприємств із застосуванням одно-, дво- або тризмінного робочого дня (на досліджуваних підприємствах переважно двозмінний режим роботи);
- безперервна робота підприємств протягом року;
- широкий асортимент продукції (випікання пшеничного та житньо-пшеничного хліба, булочних, здобних та кондитерських виробів різної ваги);
- наявність спеціалізованих підприємств з випуску фірмових видів хліба (підприємств, які забезпечують широкий асортимент продукції або випікають один вид фірмового хліба);
- потреба у безперебійному забезпеченні борошном та іншою сировиною для забезпечення запланованого графіку виробничого процесу;
- використання специфічної сировини – борошна, яке має ряд якісних ознак, що впливають на вихід готової продукції та її якість (вид – житнє, пшеничне, змішане; гатунок; вологість);
- потреба у щоденному та безперервному забезпеченні населення продукцією з нетривалим терміном зберігання;
- необхідність чіткого узгодження роботи хлібопекарських підприємств з підприємствами роздрібною торгівлі й транспортними організаціями, забезпечення торгової мережі продукцією у визначені години та у широкому асортименті;
- гнучкість зміни обсягів виробництва та асортименту продукції відповідно до замовлень роздрібних торгових підприємств, які залежать від попиту населення.

Тому вважаємо, що аналіз внутрішнього стану підприємства слід здійснюватися з урахуванням організаційно-технологічних особливостей за допомогою цілісної системи показників, яка повинна забезпечувати оцінювання обсягів випуску продукції, величини та структури витрат, фінансово-економічного стану і конкурентоспроможності підприємств виходячи з моделей

поведінки та цілей стратегії. Основні показники діяльності хлібопекарських підприємств Тернопільської області наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Основні показники діяльності хлібопекарських підприємств Тернопільської області у 2003–2006 рр.

Показники	Хлібозаводи				Мініпекарні				Разом			
	2003р.	2004р.	2005р.	2006р.	2003р.	2004р.	2005р.	2006р.	2003р.	2004р.	2005р.	2006р.
Кількість підприємств	9	6	7	6	25	29	26	29	34	35	33	35
Дохід (виручка) від реалізації, тис. грн.	29232,9	32360,2	30219,3	35511,5	5289,0	7175,3	9761,1	8543,6	34521,9	39535,5	39980,4	44055,1
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (за мінусом ПДВ), тис. грн.	24399,8	27049,7	25166,4	29572,3	4429,3	5920,6	8164,3	7180,6	28829,1	32970,3	33330,7	36752,9
Операційні витрати, тис. грн.	23842,3	39727,9	31223,3	35353,6	3934,3	6144,9	8597,9	7107,4	27776,6	45872,8	39821,2	42461,0
Фонд оплати праці, тис. грн.	3571,6	3942,4	4616,4	6491,4	576,6	815,9	1072,4	1456,6	4148,2	4758,3	5688,8	7948,0
Середньомісячна заробітна плата всіх працівників, грн.	375,33	409,13	438,15	510,33	159,63	203,57	273,29	313,65	315,98	348,75	393,42	457,73
Кількість зайнятих працівників, осіб	793	803	878	1060	302	336	330	390	1095	1139	1208	1450
Валові капітальні інвестиції, тис. грн.	88,0	2813,0	3730,0	8207,9	278,9	159,3	1258,1	425,8	366,9	2972,3	4988,1	8633,7

Оскільки хлібобулочні вироби мають короткий термін реалізації та придатності до споживання, то виручка від реалізації продукції підприємства суттєво впливає на його прибутковість. Так протягом 2003–2006 рр. спостерігалось зростання цього показника на хлібопекарських підприємствах Тернопільської області. Однак, на мініпекарнях обсяг виручки від реалізації стабільно зростав до 2005 р., а у 2006 р. скоротився на 12% порівняно з попереднім роком. На хлібозаводах цей показник у 2005 р. – скоротився на 7% порівняно з 2004 р., а у 2006 р. – зріс на 18% порівняно з 2005 р. Аналогічна тенденція спостерігалась на мініпекарнях і хлібозаводах стосовно операційних витрат підприємств.

Протягом досліджуваного періоду спостерігалось зростання фонду оплати праці та середньомісячної заробітної плати працівників хлібопекарських підприємств. Однак, на мініпекарнях підвищення цих показників відбувалось у більших обсягах, ніж на хлібозаводах. Протягом 2003–2006 р. відбувалось зростання чисельності працюючих як на великих, так і на малих підприємствах.

Позитивним моментом у діяльності досліджуваних підприємств є високі темпи зростання валових капітальних інвестицій у хлібопекарську промисловість Тернопільської області.

В 2006 р. у Тернопільській області налічувалось 35 підприємств, основним видом діяльності яких було випікання хліба і хлібобулочних виробів. Частка основних виробників Тернопільської області, що конкурують між собою, у структурі виробництва хлібопекарської продукції у 2006 р. представлена на рис. 1.

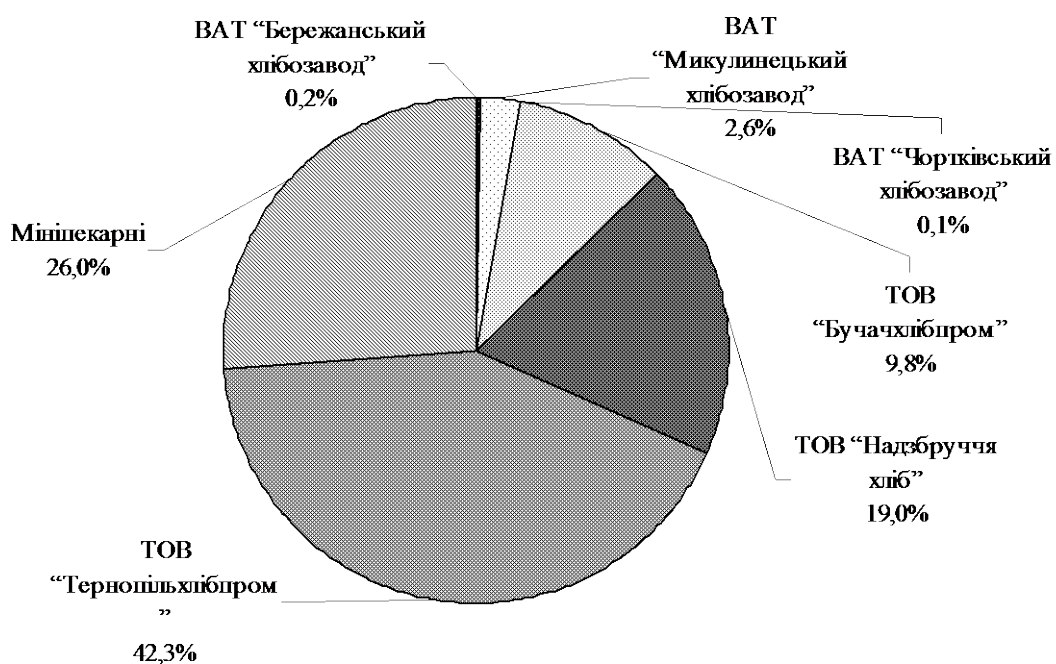


Рис. 1. Структура хлібопекарських підприємств за обсягом випуску продукції в Тернопільській області у 2006 р.

Для детальнішого вивчення динаміки обсягів випуску продукції на досліджуваних підприємствах наведемо індекси їх зміни у табл. 2. Так, у 2003–2006 рр. по групі досліджуваних підприємств спостерігалось стабільне скорочення обсягів випуску продукції. Зокрема, на ВАТ "Бережанський хлібо завод" і ТОВ "Тернопільхлібпром" постійно скорочується кількість випущеної продукції, на ПП "Моноліт" і ТОВ "Добрий хліб і К" відбувалось постійне нарощування обсягів випуску продукції, а на 8 підприємствах

спостерігалось як зростання, так і скорочення обсягів виробництва протягом досліджуваного періоду.

Таблиця 2

Індекси обсягів виробництва продукції хлібопекарських підприємств у 2004–2006 рр.

(в% до попереднього року)

Підприємства	Роки		
	2004	2005	2006
Хлібозаводи			
ВАТ “Бережанський хлібозавод”	99,5	74,2	66,1
ВАТ “Микулинецький хлібозавод”	100,5	100,3	97,4
ВАТ “Чортківський хлібозавод”	71,8	134,3	1,5
ТОВ “Бучачхлібпром”	141,3	107,3	95,1
ТОВ “Надзбруччя хліб”	143,2	115,0	87,4
ТОВ “Тернопільхлібпром”	84,2	81,3	91,2
Мініпекарні			
ПП “Віфіль”	103,0	99,6	115,7
ПП “Моноліт”	236,7	188,6	136,5
ТОВ “Дарт”	62,9	103,6	116,5
ТОВ “Добрий хліб і К”	198,6	239,0	100,2
ТОВ “Колосок”	137,6	162,8	31,3
ТОВ “Тадей”	108,5	98,0	*
Разом	97,3	95,0	87,8

* Примітка. Дані відсутні.

У структурі продукції хлібопекарських підприємств Тернопільської області за досліджуваний період найбільшу питому частку займає житньо-пшеничний хліб, що становить 48–62% від загального обсягу випуску, пшеничний хліб – 25–35%, булочні вироби – 10–15% та інші вироби – 1,5–3%.

Асортимент вироблюваної продукції суттєво впливає на середню рентабельність підприємства. Так, рентабельність виробництва деяких традиційних видів хліба складає 2–3%, а рентабельність виробництва дрібно штучних виробів може сягати 30–40% [4]. Варто зазначити про неоднакову рентабельність різних сортів, які входять в кожну групу виробів, а також відхилення рівня середньої рентабельності виробництва одного і того ж сорту виробів не тільки у різних регіонах, а й на різних підприємствах. Порівняльний аналіз споріднених підприємств, які випускають однакову продукцію, вказує на залежність рівня рентабельності від технічного оснащення підприємства. Так, вивчення звітних калькуляцій за сортами виробів дозволило виявити значні відхилення собівартості, а відповідно і рентабельності одного і того ж сорту від

середньогалузевого значення, що може бути пояснено різним технічним оснащенням підприємств, а також неправильним віднесенням витрат за статтями калькуляції [5].

Однак, для цієї галузі оптимальною вважають рентабельність на рівні 15–20%, що дасть змогу забезпечувати стабільну роботу, вдосконалювати технологічне обладнання, відкривати нові цехи та розширювати виробництво. Зниження рентабельності за останні роки викликано об'єктивними умовами, які пов'язані із зростанням витрат на виробництво з причин, незалежних від підприємств, зокрема підвищення цін на сировину та енергоносії.

Рентабельність виробництва загалом по групі досліджуваних підприємств є досить низькою. Так, у 2002 р. рентабельність складала 2,2%, а у 2003 р. скоротилась до –4,3%, у 2004 р. зросла до –0,5%, а у 2005 р. та 2006 р. спостерігалось скорочення цього показника відповідно до –1,2% та –2,3%, що є вкрай негативним для соціально важливої хлібопекарської промисловості.

Прибутковість підприємства значною мірою залежить не лише від доходу, а й від витрат, які виникають у процесі виробничо-господарської діяльності. Тому, важливою складовою аналізу внутрішнього стану підприємства при формуванні стратегії зниження витрат є проведення стратегічного аналізу витрат. Суть і завдання цього аналізу полягають у тому, щоб звернути увагу підприємства на власну внутрішню структуру витрат виробництва з метою порівняння її з витратами конкурентів, які переважно мають різні витрати при виробництві та постачанні своїх товарів до споживачів. Отже, чим нижчі витрати підприємства порівняно з конкурентами, тим сильнішою є його конкурентна позиція. І навпаки, чим більше витрати підприємства перевищують відповідні витрати безпосередніх конкурентів, тим слабшим є його становище на ринку. Індекси зміни витрат за 2003–2006 рр. у розрізі групи досліджуваних хлібопекарських підприємств подано у табл. 3.

Найбільші витрати були на ТОВ “Тернопільхлібпром”, ТОВ “Надзбруччя хліб”, ТОВ “Бучачхлібпром”, ВАТ “Микулинецький хлібозавод” і ВАТ “Чортківський хлібозавод”. На ВАТ “Бережанських хлібозавод” та інших

малих підприємствах витрати були нижчими 600 тис. грн. у рік. Однак, на таких підприємствах як ТОВ “Бучачхлібпром”, ТОВ “Надзбруччя хліб”, ТОВ “Колосок”, ТОВ “Дарт”, ПП “Моноліт”, ПП “Віфіль”, ТОВ “Добрий хліб і К” протягом досліджуваного періоду спостерігалось стабільне зростання витрат, на ВАТ “Чортківський хлібозавод” – скорочення, а на інших підприємствах – коливання величини витрат.

Таблиця 3

Індекси витрат хлібопекарських підприємств Тернопільської області у 2003–2006 рр.

(в% до попереднього року)

Підприємства	Роки			
	2003	2004	2005	2006
Хлібозаводи				
ВАТ “Бережанський хлібозавод”	157,3	53,1	173,7	109,2
ВАТ “Микулинецький хлібозавод”	140,0	120,9	83,3	103,5
ВАТ “Чортківський хлібозавод”	84,3	101,8	59,8	7,9
ТОВ “Бучачхлібпром”	166,3	173,5	106,7	115,0
ТОВ “Надзбруччя хліб”	1685,6	155,1	108,3	127,6
ТОВ “Тернопільхлібпром”	135,7	95,7	84,4	104,5
Мініпекарні				
ПП “Віфіль”	2328,6	137,7	122,0	125,8
ПП “Моноліт”	101,4	223,3	241,5	127,3
ТОВ “Дарт”	118,3	130,3	131,3	118,0
ТОВ “Добрий хліб і К”	113,7	212,6	215,9	110,4
ТОВ “Колосок”	108,1	108,1	103,5	104,4
ТОВ “Тадей”	97,6	164,6	87,5	*
Разом	152,1	111,0	93,9	108,7

* Примітка. Дані відсутні.

Важливим та наочним узагальнюючим показником, який характеризує рівень витрат на виробництво та реалізацію продукції загалом на підприємстві та ефективність виробництва, є витрати на 1 грн. реалізованої продукції. Цей показник забезпечує взаємозв’язок між собівартістю та прибутком, дає змогу простежити динаміку зміни витрат за кілька років, може бути обчислений для будь-якого підприємства, що є важливо при проведенні порівняльного стратегічного аналізу підприємств, які випускають однорідну продукцію, й оцінюванні їхньої стратегічної конкурентоспроможності. Витрати на 1 грн. реалізованої продукції обчислюють шляхом ділення загальної суми витрат на виробництво та реалізацію продукції на вартість реалізованої продукції в оптових цінах підприємства.

На сучасному етапі розвитку хлібопекарської промисловості спостерігається тенденція щодо зростання витрат на 1 грн. реалізованої продукції. Так, у Тернопільській області в 2002 р. витрати на 1 грн. реалізованої продукції склали 74 коп., у 2003 р. зросли на 22 коп. порівняно з 2002 р. і становили 96 коп., у 2004 р. – на 2 коп. порівняно з 2003 р. Лише у 2005 р. витрати на 1 грн. реалізованої продукції скоротились на 3 коп. порівняно з попереднім роком і склали 95 коп., а у 2006 р. знову зросли на 4 коп. до 99 коп. В той же час неоднакова тенденція спостерігається у розрізі окремих підприємств. Витрати, що перевищують 1 грн. є на ВАТ “Бережанський хлібо завод” у 2003 р., 2005 р. і 2006 р., ВАТ “Чортківський хлібо завод” – у 2003–2006 рр., ТОВ “Дарт” – у 2004 р. і 2006 р. На інших підприємствах витрати на 1 грн. реалізованої продукції були меншими 1 грн., проте на більшості з них спостерігається зростання цього показника.

Динаміку структури витрат за економічними елементами хлібопекарських підприємств Тернопільської області у розрізі хлібо заводів та мініпекарень наведено у табл. 4.

Таблиця 4

Склад і структура витрат за економічними елементами хлібопекарських підприємств Тернопільської обл. у 2003–2006 рр.

Елементи витрат	Хлібозаводи								Мініпекарні							
	2003 р.		2004 р.		2005 р.		2006 р.		2003 р.		2004 р.		2005 р.		2006 р.	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Матеріальні витрати	15200,0	61,18	16395,4	62,15	15244,2	62,97	17230,2	58,31	2814,1	68,64	2982,2	55,64	4306,0	62,10	3873,1	55,44
Витрати на оплату праці	3471,1	13,97	3948,5	14,97	4616,8	19,07	6292,6	21,30	576,6	14,06	816,6	15,24	1072,8	15,47	1474,8	21,11
Відрахування на соціальні заходи	1252,8	5,04	1481,4	5,62	1769,7	7,31	2114,7	7,16	111,0	2,71	286,8	5,35	370,4	5,34	507,2	7,26
Амортизація	603,9	2,43	660,1	2,50	910,1	3,76	1489,8	5,04	163,8	4,00	222,3	4,15	239,2	3,45	260,3	3,73
Інші операційні витрати	4316,7	17,38	3893,8	14,76	1668,7	6,89	2420,4	8,19	434,1	10,59	1052,1	19,63	945,4	13,63	870,2	12,46
Разом	24844,5	100	26379,2	100	24209,5	100	29547,7	100	4099,6	100	5360,0	100	6933,8	100	6985,6	100

Однак, якщо порівняти структуру витрат різних за обсягом підприємств, то матеріальні витрати займають більший відсоток на хлібо заводах (58–70%) порівняно з мініпекарнями (55–68%). Щодо витрат на оплату праці, то у

2005 р. і 2006 р. вони були вищими на хлібозаводах, а у 2003–2004 рр. – на мініпекарнях. Протягом 2003–2005 рр. відсоток відрахувань на соціальні заходи у структурі витрат підприємств на хлібозаводах перевищував значення цього показника на мініпекарнях, а у 2006 р. цей показник був вищим на мініпекарнях на 0,1%. Амортизаційні відрахування та інші операційні витрати на мініпекарнях займали вищу частку порівняно з хлібозаводами.

Для хлібопекарського виробництва характерна висока частка матеріальних витрат, що вказує на високу матеріаломісткість хлібобулочної продукції, яка визначається як відношення матеріальних витрат до обсягу виробленої товарної продукції. Однак величина матеріальних витрат підприємства залежить не тільки від обсягу виробленої продукції. На зміну рівня матеріаломісткості підприємств хлібопекарської промисловості впливають: асортимент продукції та його структура; середні ціни на сировину, матеріали та продукцію, які змінюються внаслідок структурних зрушень в асортименті; науково-технічний прогрес (підвищення технічного рівня виробництва, впровадження нового обладнання і прогресивної технології, впровадження механізації й автоматизації виробництва, впровадження безтарного транспортування і зберігання сировини); якість сировини.

Зміна структури асортименту продукції спричиняє зміну середньої питомої ваги витрат сировини та її середньої ціни, зміну вартості товарної продукції та показника матеріаломісткості. Збільшення питомої ваги додаткової сировини у результаті зміни структури асортименту продукції може призвести до того, що темпи росту обсягів виробництва у вартісному вираженні значно випереджатимуть темпи росту середньої вартості борошна, що вплине на зниження коефіцієнта прямих витрат борошна.

Певний вплив на матеріаломісткість продукції здійснює якість основної сировини – борошна. Використання борошна з пониженими хлібопекарськими властивостями та з вологістю, вищою від норми, призводить до зниження виходу хліба і підвищення фактичних витрат борошна, а відповідно і матеріаломісткості продукції.

Для визначення можливостей формування стратегії зниження витрат, конкурентної продуктивності та конкурентних перспектив підприємства необхідно проаналізувати показники фінансового стану. Такий аналіз дозволяє виявити взаємозв'язок і взаємозалежність різноманітних показників діяльності для отримання невеликої кількості ключових параметрів, які дають об'єктивну і точну інформацію про фінансовий стан підприємства, його фінансові результати, майбутні конкурентні перспективи. Аналіз фінансового стану підприємства є важливою складовою стратегічного аналізу при формуванні стратегії зниження витрат підприємства, оскільки з його допомогою можна визначити чи є у підприємства грошові кошти, необхідні для виконання вибраної стратегії, та ступінь готовності підприємства до реалізації цієї стратегії. Аналіз фінансових показників є універсальним, його легко застосувати як для внутрішнього аналізу підприємства, так і для аналізу конкурентів і галузевої структури.

Для оцінювання платоспроможності підприємства використовуються показники ліквідності та структури капіталу. Платоспроможність означає наявність грошових коштів та їх еквівалентів, достатніх для розрахунків за кредиторською заборгованістю, що вимагає негайного погашення. Розрізняють поточну та довгострокову платоспроможність. Поточна платоспроможність визначається за допомогою показників ліквідності (коефіцієнту загальної ліквідності, коефіцієнту швидкої ліквідності, коефіцієнту абсолютної ліквідності, інтервалу захищеності), а довгострокова – показників структури капіталу (коефіцієнту власного капіталу і співвідношення заборгованості та власного капіталу) [2]. Показники фінансового стану по групі досліджуваних хлібопекарських підприємств Тернопільської області за 2003–2006 рр. наведено у табл. 5.

Ліквідність – це здатність підприємства своєчасно сплачувати за всіма поточними зобов'язаннями, тобто спроможність перетворювати свої активи на гроші для виконання всіх необхідних платежів у міру настання їх строку.

Показники фінансового стану по групі досліджуваних хлібопекарських підприємств Тернопільської області за 2003–2006 рр.

Показники	Роки			
	2003	2004	2005	2006
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,90	0,74	0,70	0,82
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,26	0,32	0,50	0,54
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,015	0,014	0,009	0,014
Інтервал захищеності, днів	45	42	126	122
Коефіцієнт власного капіталу	0,53	0,55	0,41	0,40
Співвідношення заборгованості та власного капіталу	0,88	0,74	1,33	1,33

Коефіцієнт загальної ліквідності обчислюється як відношення оборотних активів до поточних зобов'язань. Якщо поточні активи перевищують за величиною поточні зобов'язання, підприємство вважається ліквідним [3]. Так, для досліджуваних підприємств цей коефіцієнт знизився з 0,9 у 2003 р. до 0,7 у 2005 р., а у 2006 р. зріс до 0,82.

Коефіцієнт швидкої ліквідності, на відміну від попереднього коефіцієнта, обчислюється як відношення оборотних активів за вирахуванням запасів до суми поточних зобов'язань. Оптимальним вважають коефіцієнт швидкої ліквідності рівний одиниці. Однак, реально більшість хлібопекарських підприємств мають нижчий коефіцієнт. Загалом по групі досліджуваних підприємств спостерігається зростання цього показника з 0,26 до 0,54 протягом 2003–2006 рр.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яка частина короткострокових зобов'язань може бути при необхідності негайно погашена, і обчислюється відношенням суми грошових коштів та їх еквівалентів до величини поточних зобов'язань. Теоретично прийнятним вважається значення цього коефіцієнта 0,2. Проте реально фактичні середні значення коефіцієнта є значно нижчими. Так, по групі досліджуваних підприємств коефіцієнт абсолютної ліквідності знизився з 0,015 у 2003 р. до 0,009 у 2005 р., а у 2006 р. зріс до 0,014.

Отже, ліквідність – це спроможність активів трансформуватися в грошові кошти, а рівень ліквідності визначається тривалістю періоду, протягом якого ця трансформація може бути здійснена. Чим коротший період, тим вища

ліквідність. Для визначення цього періоду використовують інтервал захищеності – час, упродовж якого підприємство може здійснювати поточну господарську діяльність за рахунок наявних ліквідних активів, не залучаючи додаткових джерел фінансування, та обчислюється як відношення ліквідних активів підприємства до щоденних грошових витрат.

Для оцінювання фінансового стану підприємства та формування стратегії зниження витрат розраховуємо довгострокову платоспроможність за допомогою коефіцієнта власного капіталу та співвідношення заборгованості та власного капіталу.

Коефіцієнт власного капіталу обчислюється як відношення суми власного капіталу до загальної величини активів і характеризує частку власників підприємства в загальній сумі коштів, авансованих у його діяльність. Чим вищим є цей показник, тим підприємство більш фінансово стійке та незалежне від зовнішніх кредиторів. Загалом по групі досліджуваних хлібопекарських підприємствах коефіцієнт власного капіталу становив 0,53 у 2003 р., у 2004 р. зріс до 0,55, а у 2005 і 2006 рр. спостерігалось зниження цього коефіцієнта відповідно до 0,41 і 0,40.

Найзагальнішою оцінкою фінансової стабільності підприємства є співвідношення заборгованості та власного капіталу підприємства. Зростання цього показника свідчить про зниження фінансової стійкості та посилення залежності від зовнішніх кредиторів й інвесторів, і навпаки. На досліджуваних підприємствах у 2003 р. в середньому на кожен гривню власних коштів припадало 88 коп. позичених, у 2004 р. – 74 коп., а у 2005 і 2006 рр. – 1,33 грн.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз внутрішнього стану хлібопекарських підприємств Тернопільської області дає змогу визначити організаційно-технологічні особливості галузі та їхній вплив на тенденції розвитку виробничого процесу і показники діяльності при формуванні стратегії зниження витрат. Підсумовуючи результати аналізу, можна стверджувати, що на підприємствах

існують як можливості, так і велика необхідність у підвищенні ефективності діяльності за рахунок зниження витрат.

Однак, комплексний аналіз внутрішнього стану підприємства у процесі виявлення стратегічних можливостей зниження витрат повинен узгоджуватися із результатами аналізу зовнішнього середовища та ситуацією в галузі. Тому для дослідження одночасно зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства загалом необхідно використати SWOT-аналіз. За допомогою цього методу аналізу, на основі встановлення взаємозв'язків між сильними і слабкими сторонами підприємства та зовнішніми можливостями і загрозами, можна розробити систему заходів, необхідних при формуванні та реалізації стратегії зниження витрат, що буде темою подальших досліджень.

Література:

1. Волохова Н., Репіч Т. Комунальні хлібозаводи розвиваються за індивідуальними схемами // *Зерно і хліб*. – 2003. – № 4. – С. 12-13.
2. Голов С.Ф. *Управлінський облік*. Підручник. – К.: Лібра, 2004. – 704 с.
3. Мец В.О. *Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: Навч. посіб.* – К.: Вища школа, 2003. – 278 с.
4. Не хлебом едимы // *Бизнес*. – № 24 от 12.06.2006. – С. 141–143.
5. *Экономика хлебопекарного производства: Повышение эффективности* / Под ред. В.И. Комарова и О.К. Филатова. – М.: Агропромиздат, 1990. – 158 с.