

## СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

*Методика аналізу фінансово-економічної діяльності* — це сукупність аналітичних процедур, що використовуються для визначення фінансового стану підприємства. Фахівці з питань фінансово-економічного аналізу наводять різні методики визначення фінансово-економічного стану підприємства [4,7]. Практична деталізація процедурних аспектів тих або інших методик аналізу залежить від поставленої мети і конкретно-ситуаційних обставин інформаційного, методичного, кадрового і технічного забезпечення. Унаслідок цього не існує єдиної загальноприйнятої методики аналізу фінансово-економічної діяльності, абсолютно ідентичної для всіх підприємств, однак в істотних аспектах процедурні деталі схожі.

Дослідження практики аналізу фінансового стану і різних методик дає можливість стверджувати:

аналіз здебільшого здійснюється на основі загальних теоретичних положень без урахування конкретних особливостей діяльності різних підприємств;

прагнення до збільшення кількості аналітичних показників і розрахункових коефіцієнтів не забезпечує адекватного підвищення якості аналізу.

Це призводить до потреби вдосконалення методичного забезпечення аналізу та його практичного використання відповідно до специфіки підприємств. Аналіз різних методів оцінки фінансово-економічного стану підприємств з точки зору їх практичного використання виглядає таким чином.

*Класичні методи* характеризуються тим, що джерелом інформації аналізу фінансового стану виступає бухгалтерська

і фінансова звітність (баланс – Форма № 1, звіт про фінансові результати – Форма № 2, звіт про рух коштів – Форма № 3, звіт про власний капітал – Форма № 4), інша статистична та оперативна звітність.

У результаті застосування класичних методів отримується констатуюча інформація про кількісні значення певних показників і оціночні судження про їх задовільність або незадовільність шляхом порівняння. Наприклад, методику балансового порівняння, методику рейтингової оцінки та інші використовують лише для оцінки поточного стану підприємства [1,5,7]. Натомість експертна система діагностики та аудиту фінансово-господарського стану підприємства, опрацьована аудиторською фірмою «АУРУМ», може використовуватися у більш широкому просторі – для діагностики поточного стану та можливості урахування неформалізованих характеристик підприємницької діяльності [7].

Методика поглибленого аналізу фінансово-господарського стану неплатоспроможних підприємств та організацій України, розроблена Агентством з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій у 1997 р., основним завданням аналізу вважає оцінку результатів господарської діяльності за попередній та поточний роки, виявлення факторів, які позитивно

чи негативно вплинули на показники роботи підприємства, а в підсумку – прийняття рішення про визнання структури балансу задовільною (незадовільною), а підприємства – платоспроможним (неплатоспроможним) [7]. Але запропоновані коефіцієнти можна використовувати лише як попередні орієнтовні індикатори. Вони виявляють найбільш “болючі” зони в діяльності підприємства, після чого потребується проведення додаткового, більш поглибленого аналізу.

При застосуванні матричної методики використовують матрицю фінансових стратегій, що дає можливість фірмі приймати обґрунтовані рішення щодо ефективного використання всіх складових активів та пасивів [6]. “Подорож” із квадранта до квадранта даної матриці (усього їх дев'ять) надає можливість аналізувати стратегії фірми в динаміці послідовних перетворень. Отже, за допомогою цієї методики підприємство може не лише оцінити свій стан у статично, а й прогнозувати можливі варіанти подальшого розвитку.

*Щодо проактивних методик, які розробляються потужними корпораціями, то вони передбачають можливість імітації активних дій.* Наприклад, модель Дюпона та система 2УЕІ аналізують економічне зростання підприємства на основі показників рентабельності та балансових показників [7]. Аналіз зростання дає загальне уявлення про тенденції розвитку підприємства в минулому, а також про майбутні очікування за такими показниками:

збут (обсяг продажу і розмір виробничих потужностей);

результат підприємницької діяльності (динаміка величини прибутків і грошових потоків);

інвестування капіталу (динаміка

основних і оборотних активів) тощо.

До групи прогностичних методик належать, зокрема, методики прогнозування стану банкрутства. Існує група методів фінансово-економічного аналізу, яка використовується для діагностики ймовірності банкрутства. Наприклад, тести, які передбачають використання факторних регресійних та дискримінантних моделей: тести Альтмана, Конана і Гольдера, Ліса, Таффлера, Спрингейта, Вівера тощо [4].

Таким чином, ми бачимо, що напрацьований арсенал методів фінансово-економічного аналізу відрізняється, зокрема, за метою їх застосування:

оцінка поточного фінансово-економічного стану;

виявлення тенденцій і прогнозування стану підприємства;

оцінка ймовірності банкрутства;

передприватизаційна оцінка підприємств тощо.

Однак пряме чи опосередковане визначення мети призначення методу не дає відповіді на *головне питання: на підставі яких критеріїв вибрати або адаптувати певні методи економічного аналізу залежно від специфічних характеристик підприємств.*

На практиці вибір фахівцями підприємств певних методів аналізу відбувається різними шляхами:

за популярністю і поширеністю методу;

за аналогією;

випадково, тобто без певних попередніх міркувань;

аналітичним шляхом.

Три перші підходи є суб'єктивними, тобто результат залежить від рішень конкретних людей. Як це відбувається? Фахівці підприємства користуються директивно доведеними методичними вказівками (переважно галузевими), або

ж беруть зразки з довідників чи посібників і, нарешті, запозичують “у сусідів”, тобто копіюють їх підходи, незважаючи на специфічні особливості власного підприємства.

Теоретично можливою є схема, за якою фахівець може аналізувати набір наявних методів аналізу на предмет їх відповідності особливостям даного підприємства, але тут на заваді стає відсутність інструментарію такого вибору. Під інструментарієм мається на увазі процедурна і методична складові. Розглянемо процедурну складову.

Як вчиняють підприємства, які хочуть застосувати якийсь метод економічного аналізу? Образно кажучи, логіка прийняття рішень така ж, як у клієнта ресторану:

є меню – набір наявних методів;

є бажання/потреба поїсти – застосувати метод;

треба зробити вибір з меню.

Як відбувається вибір методу? Це певна послідовність кроків. На першому кроці з набору підшукується метод, який одночасно відповідає двом вимогам: особливостям підприємства і його можливостям застосувати даний метод. Кожний метод має свої параметри застосування: більш складний чи простий; потребує більше чи менше часу, певних апаратних та програмних засобів, певної кваліфікації виконавців тощо. Якщо якийсь із методів відповідає задачі і можливостям підприємства застосувати його, то метод береться до використання. Якщо на першому кроці вибір не відбувся з причини відсутності серед наявних методів такого, що відповідає особливостям підприємства, то робиться другий крок. Він полягає в адаптації якогось одного методу або комбінуванні кількох.

За цією процедурною складовою постає головне методологічне питання:

як виміряти відповідність між специфічними характеристиками різноманітних підприємств і параметрами різних методів аналізу. Як конкретним підприємствам зрозуміти, що для них підходить, а що – ні?

Таким чином, методична складова інструментарію вибору полягає у вирішенні трьох питань:

сформувані перелік характеристик підприємства, які дозволять визначити "індивідуальне обличчя" кожного конкретного підприємства;

визначити параметри різних методів аналізу з точки зору їх практичної орієнтованості;

віднайти спосіб встановлення відповідності між набором характеристик певних підприємств і практично орієнтованими параметрами методів економічного аналізу. Далі розглянемо можливі варіанти вирішення вищезазначених питань.

До описових характеристик підприємства можна віднести:

галузь або вид діяльності;

організаційно-правову форму;

масштаби (розмір) підприємства;

фазу життєвого циклу;

позицію на ринку;

загальний поточний стан

підприємства на даному етапі розвитку;

ступінь диверсифікації діяльності;

співвідношення операційної,

фінансової та інвестиційної діяльності;

тип оргкультури.

Зрозуміло, що залежно від виду діяльності – виробничої, торговельної, транспортної, страхової, банківської тощо підприємства потребують різних методів. Наприклад, характеристика “розмір” має такі ознаки: мікропідприємство, мале, середнє, велике, надвелике (може стосуватися транснаціональних корпорацій). Характеристика “поточний стан” має

такі ознаки: успішний, задовільний, незадовільний, кризовий. Співвідношення операційної, фінансової та інвестиційної діяльності можна виміряти за частками доходу цих видів діяльності в загальному доході підприємства.

За допомогою подібних ознак можна охарактеризувати будь-яке підприємство, маючи в подальшому на меті їх використання для індивідуалізованого підбору методів економічного аналізу. У свою чергу кожен із методів фінансово-економічного аналізу може бути охарактеризований певними параметрами його застосування. До них належать:

- універсальність або спеціалізованість;
- сфера охоплення показників підприємств;
- розмірність (кількість показників);
- рівень складності методу;
- надійність або валідність методу;
- ступінь вживаності, поширеності методу.

Наприклад, умовно методи фінансово-економічного аналізу можна поділити на:

- універсальні (тобто придатні для багатьох різнорідних підприємств);
- обмеженої сфери дії (не для всіх, а для певних категорій підприємств);
- вузкоорієнтовані (зокрема для банків, аудиторських компаній тощо).

Стосовно вживаності методу він може бути:

- широковживаним із підтверженою репутацією;
- достатньо поширеним і відомим;
- маловживаним.

Із практики відомо, що потужні компанії адаптують відомі методи або розробляють власні оригінальні методики, які в першу чергу визначаються видом діяльності:

виробництво, будівництво, торгівля, фінансова діяльність тощо [3]. Це пояснюється, з одного боку, необхідністю мати свої конфіденційні методики, а з іншого – можливістю залучити висококваліфікованих фахівців з фінансового аналізу. Але багато середніх і малих підприємств, особливо тих, що розпочинають бізнесову діяльність, не мають таких можливостей. Саме такі підприємства потребують відносно простих щодо реалізації підходів до вибору прийнятних для них методів економічного аналізу.

Завершуючи виклад методичних питань вибору методів, зазначимо можливі варіанти встановлення ступеня відповідності між характеристиками підприємств і параметрами методів аналізу. З одного боку, ми маємо опис якогось підприємства за певними ознаками, з іншого – опис параметрів застосування певних методів аналізу. Завдання полягає в тому, яким чином віднайти з набору методів такий, що найбільше відповідає індивідуальним особливостям підприємства. Перший варіант вирішення – це експертний вибір: досвідчені фахівці-практики вирішують, який з методів більш “пасує” даному підприємству. Другий варіант – розробити кількісний показник ступеня відповідності. Третій варіант – запропонувати готові набори пар “підприємство - метод”. Останній варіант є досить простим як у розробці, так і у використанні. Для його реалізації достатньо розробити типологію підприємств за вищенаведеними ознаками. Приклад конкретизації такого рішення наведений у роботі [2].

*Висновок.* Методи фінансово-економічного аналізу щодня використовуються в діяльності підприємств. Частина з них є нормативно обов'язковими, а деякі

методи підприємства використовують на свій вибір.

Але не існує науково обгрунтованих рекомендацій щодо застосування тих чи інших методів залежно від певних особливостей підприємств, зокрема виду діяльності, розміру підприємства, поточного стану, ступеня диверсифікації діяльності тощо. Невирішеність цієї проблеми призводить до невідповідного використання методів аналізу, результатом чого є необ'єктивне відображення фінансово-економічного стану підприємства і, як наслідок, прийняття хибних управлінських рішень. У статті пропонується визначити взаємозалежні характеристики підприємств, з одного боку, і методів фінансово-економічного аналізу – з іншого, які можуть скласти наукове підґрунтя для встановлення відповідностей між ними.

### Література

1. Быкадоров В.Л., Алексеев П.Д. Финансово-экономическое состояние предприятия. – М., 2001. – 224 с.
2. Герганова У.Л. Адаптація методів економічного аналізу до

специфіки підприємств: Світ інформації та телекомунікацій – 2006 // Тези доповідей і виступів III Міжнар. наук.-техн. конф. студентства та молоді, 26-27 квітня 2006 р. – К.: ДУІКТ, 2006. – 195 с.

3. Гинзбург А.Й. Прикладной экономический анализ. – СПб.: Питер, 2005. – 255 с.

4. Измайлова К.В. Сучасні технології фінансового аналізу. – К.: МАУП, 2003. – 152 с.

5. Калина А.В., Конева М.У. Современный экономический анализ и прогнозирование. – 3-е изд. – К.: МАУП, 2004. – 416 с.

6. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика. – М., 2000. – 440 с.

7. Швиданенко Г.О. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства. – К.: КНЕУ, 2002. – 192 с.