

УДК 658.15:658.87

№ держреєстрації 0115U006792

Шифр 02-16-17Б

Інв. № _____

Міністерство освіти і науки України
Харківський державний університет харчування та торгівлі
(ХДУХТ)

61051, м. Харків вул. Клочківська, 333

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор ХДУХТ

д.т.н. проф.

О.І. Черевко



**ЗВІТ
ПРО НАУКОВО-ДОСЛІДНУ РОБОТУ
МОНІТОРИНГ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ У ПІДПРИЄМСТВАХ –
СУБ'ЄКТАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
(остаточний)**

Керівник НДР
канд. екон. наук, професор

Т.В. Андросова

Зав. кафедрою міжнародної економіки,
канд. екон. наук, доцент

О.В. Кот

2017

Рукопис закінчено «01» грудня 2017 р.

Результати цієї роботи розглянуто Експертною радою за напрямом НДР
«Економіка і зовнішньоекономічна діяльність»
протокол № 3 від 30.11.2017 р.

СПИСОК АВТОРІВ

Керівник НДР
канд. екон. наук, професор

 Т.В. Андросова
(розробка ідеї,
формулювання
концептуальних положень
теми, вступ, висновки)

Відповідальний виконавець
канд. екон. наук, доцент

 В.О. Козуб
(реферат, збір, аналіз,
систематизація матеріалу за
підрозділом 3.3)

д-р екон. наук, професор

 Т.В. Шталь
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 1.3)

канд. екон. наук, професор

 Н.Г. Ушакова
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 1.1)

канд. екон. наук, професор

 О.А. Круглова
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 2.3)

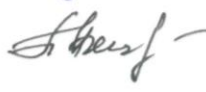
зав. кафедри міжнародної економіки,
канд. екон. наук, доцент

 О.В. Кот
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 1.2)

канд. екон. наук, доцент

 Л.О. Чернишова
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 3.2)

канд. екон. наук, доцент

 Л.Л. Носач
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 2.2)

канд. екон. наук, доцент

 К.Ю. Величко
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 2.1)

канд. екон. наук, доцент

 П.Л. Гринько
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 2.2)

канд. екон. наук, доцент

 І.Г. Бубенець
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 2.1)

канд. екон. наук, ст. викладач

 О.О. Тищенко
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 2.1)

ст. викладач

 О.І. Печенка
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 1.2)

ст. викладач

 Н.Ф. Соболева
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 1.1)

 С.О. Козуб
(збір, аналіз, систематизація
матеріалу за підрозділом 3.1)



РЕФЕРАТ

Звіт про НДР: 242 с., 1 ч., 37 табл., 12 рис., 6 дод., 209 джерел

МОНІТОРИНГ, ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ, СИСТЕМА МОНІТОРИНГУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ, ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Об'єкт дослідження – процес управління фінансовими результатами підприємств – суб'єктів ЗЕД.

Мета роботи – обґрунтування теоретичних засад та розробка науково-методичних і практичних рекомендацій щодо моніторингу фінансових результатів у підприємствах – суб'єктах ЗЕД.

Методи дослідження – методи аналізу та синтезу; системного підходу; системного аналізу та наукової абстракції.

Досліджено характеристики моніторингу та уточнено формулювання поняття «моніторинг». Угруповано види моніторингу та розширено класифікацію його видів. Уточнено сутність поняття «моніторинг фінансових результатів підприємства» та виділено види фінансових результатів за урахування інтересів зацікавлених сторін. Розроблено модель моніторингу фінансових результатів за виділення основних етапів її формування.

Запропоновано реальні стратегічні орієнтири зростання вітчизняної галузі роздрібної торгівлі за результатами аналізу тенденцій розвитку світового, європейського та українського ринку роздрібної торгівлі. Визначено тенденції формування фінансових результатів у підприємствах торгівлі – суб'єктах ЗЕД. Розроблено модель оцінювання якості фінансових результатів та стійкості джерел їх формування.

Обґрунтовано систему показників моніторингу фінансових результатів на різних етапах їх формування та використання у торговельних підприємствах – суб'єктах ЗЕД. Обґрунтовано систему показників-індикаторів за послідовністю формування та використання фінансових результатів. Обґрунтовано методичний інструментарій базового моніторингу фінансових результатів торговельних підприємств – суб'єктів ЗЕД. Розроблено методичний підхід до визначення цільових значень чистого фінансового результату торговельних підприємств. Обґрунтовано науково-методичний підхід до визначення показників для проблемного моніторингу фінансових результатів торговельних підприємств – суб'єктів ЗЕД.

Упровадження одержаних результатів у підприємствах торгівлі – суб'єктах ЗЕД дозволяє оптимізувати асортиментний портфель зростання фінансових результатів, коригувати систему бюджетів, збалансовувати грошові потоки, визначати проблеми у формуванні фінансових результатів у операційній діяльності підприємства в режимі оперативного управління, а також підвищити ефективність діяльності підприємства в цілому.

ЗМІСТ

Вступ	6
1. Теоретичні засади формування системи моніторингу фінансових результатів у підприємствах – суб’єктах зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД)	12
1.1 Сутнісні характеристики та класифікація видів моніторингу в управлінні підприємством	12
1.2 Особливості формування фінансових результатів у підприємствах – суб’єктах ЗЕД	33
1.3 Науково-методичні засади формування системи моніторингу фінансових результатів підприємств – суб’єктів ЗЕД	57
2 Оцінка фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі – суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності	79
2.1 Дослідження сучасних тенденцій розвитку світового сектору роздрібної торгівлі	79
2.2 Порівняльний аналіз розвитку роздрібної торгівлі в Україні та країнах Європи	88
2.3 Тенденції формування та використання фінансових результатів підприємств – суб’єктів ЗЕД в Україні	99
2.4 Якість фінансових результатів як індикатор ефективності управління підприємств торгівлі	113
3 Напрями удосконалення моніторингу фінансових результатів торговельних підприємств – суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності...	130
3.1 Науково-методичні засади систематизації показників моніторингу фінансових результатів підприємств – суб’єктів ЗЕД	130
3.2 Формування порогових значень показників базового моніторингу фінансових результатів підприємств – суб’єктів ЗЕД	145
3.3 Обґрунтування цільових значень показників для проблемного моніторингу фінансових результатів торговельних підприємств –	

суб'єктів ЗЕД	161
Висновки	173
Перелік джерел посилання	177
Додаток А Розширена класифікація видів моніторингу	199
Додаток Б Деталізована модель моніторингу фінансових результатів підприємств – суб'єктів ЗЕД	201
Додаток В Систематизація показників-індикаторів за послідовністю формування та використання фінансових результатів підприємства	202
Додаток Г Вихідна інформація та результати оцінювання стану та динаміки фінансових результатів підприємств торгівлі	205
Додаток Д Вихідна інформація та результати оцінювання величини фінансових результатів підприємств торгівлі за видами	225
Додаток Ж Вихідна інформація та результат оцінювання якості фінансових результатів підприємств торгівлі	233
Додаток К Акти впровадження	235

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасне підприємство, що здійснює зовнішньо-економічну діяльність (ЗЕД), функціонує в умовах економічної нестабільності та посилення конкуренції як на споживчому ринку, так і ринках економічних ресурсів. За таких умов ефективне управління підприємством, швидкість та адекватність його реакції на зміни в зовнішньому середовищі залежать від обсягів, періодичності та якості інформаційного забезпечення. Значущість достовірної та повної інформації, що відповідає запитам підприємства, доводить актуальність моніторингу важливих для господарюючого суб'єкта процесів, подій, результатів.

У переліку об'єктів, що підлягають моніторингу на підприємстві, значну увагу приділяють фінансовим результатам, позитивна величина яких є цільовою настановою діяльності господарюючого суб'єкта, підґрунтям для виконання зобов'язань перед державою та власниками, контрагентами та іншими зацікавленими сторонами, основним джерелом фінансування програм соціального розвитку колективу. Абсолютний розмір фінансових результатів, їхня динаміка та структура відображають якість та ефективність побудованої системи економічних відносин між підприємством та іншими суб'єктами, свідчать як про досягнуті результати, так і про потенційні можливості розвитку господарюючого суб'єкта. Зазначене доводить актуальність дослідження питань щодо формування системи моніторингу фінансових результатів підприємства.

Проблеми формування системи моніторингу в загальній системі управління підприємством досліджувались у наукових працях як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників, зокрема І. Бланка, Р. Брейлі, В. Галіцина, Н. Данілочкіної, Б. Коласа, Е. Майєра, М. Мескона, Б. Мізюка, І. Плікус, М. Пугачової, О. Тищенко та ін. Питання управління фінансовими результатами підприємства подано в працях Т. Андросової, І. Бланка, Н. Власової, М. Крейніної, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, І. Мелушової,

Н. Міценко, Н. Прохар, Л. Семерунь, Н. Ушакової, А. Садекова, Л. Фролової, О. Терещенка, Л. Янчевої та ін. Проведені дослідження свідчать, що представники різних шкіл по-різному трактують сутність моніторингу та фінансових результатів, що призводить до неоднозначності позицій у розумінні сутності моніторингу фінансових результатів, його цільових настанов та способів реалізації. Поглибленого дослідження потребує питання змістовного наповнення окремих етапів моніторингу, недостатньо обґрунтовані показники моніторингу фінансових результатів підприємств – суб'єктів ЗЕД.

Необхідність удосконалення теоретичних та науково-методичних аспектів формування моніторингу в підприємствах – суб'єктах ЗЕД зумовлює актуальність теми науково-дослідної роботи, її мету та завдання.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є обґрунтування теоретичних засад та розробка науково-методичних і практичних рекомендацій щодо моніторингу фінансових результатів у підприємствах – суб'єктах ЗЕД.

Реалізація поставленої мети зумовила необхідність вирішення таких завдань:

- дослідити сутнісні характеристики та сфери реалізації моніторингу в системі управління підприємством;
- розширити класифікацію видів моніторингу в управлінні підприємством;
- визначити особливості формування фінансових результатів в підприємствах – суб'єктах зовнішньоекономічної діяльності;
- узагальнити теоретичні положення та уточнити сутність моніторингу фінансових результатів;
- обґрунтувати модель моніторингу фінансових результатів підприємств – суб'єктів ЗЕД;
- дослідити сучасні тенденції розвитку світового сектору роздрібної торгівлі;
- провести порівняльний аналіз розвитку роздрібної торгівлі в Україні та країнах Європи;

- визначити тенденції формування фінансових результатів у підприємствах торгівлі – суб'єктах ЗЕД України;
- обґрунтувати модель оцінювання якості фінансових результатів підприємства роздрібної торгівлі та стійкості джерел їх формування;
- розробити систему показників для моніторингу фінансових результатів торговельного підприємства на різних етапах їх формування та використання;
- обґрунтувати методичний інструментарій визначення порогових значень показників для базового моніторингу фінансових результатів;
- удосконалити науково-методичний підхід до визначення цільових значень чистого фінансового результату торговельного підприємства для проблемного моніторингу.

Об'єктом дослідження є процес управління фінансовими результатами підприємств – суб'єктів ЗЕД.

Предметом дослідження є науково-методичні засади та практичний інструментарій моніторингу фінансових результатів підприємств – суб'єктів ЗЕД.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою роботи стали наукові концепції, теоретичні розробки вітчизняних і зарубіжних учених та фахівців із проблем управління підприємством, фінансового менеджменту, управління фінансовими результатами торговельного підприємства – суб'єкта ЗЕД. У процесі дослідження використано як загальнонаукові, так і спеціальні методи. Для вирішення поставлених завдань використовувалися методи аналізу та синтезу – під час дослідження сутності моніторингу, фінансового результату; системного підходу – під час визначення елементів системи моніторингу. Висновки сформульовано з використанням методів системного аналізу та наукової абстракції.

Правове поле дослідження становили законодавчі та нормативні акти, що регулюють діяльність суб'єктів господарювання в Україні. Інформаційною базою дослідження стали офіційна інформація Державної служби статистики України; дані статистичної та фінансової звітності підприємств – суб'єктів ЗЕД; власні аналітичні розрахунки.

Наукова новизна результатів проведеного дослідження полягає в розвитку теоретико-методичних положень і розробці практичного інструментарію щодо моніторингу фінансових результатів підприємств – суб'єктів ЗЕД.

У процесі дослідження отримано такі найбільш суттєві результати:

удосконалено:

- понятійний апарат, а саме: уточнено сутність поняття «моніторинг фінансових результатів підприємства», зміст якого подано як систематичне спостереження за формуванням та використанням фінансових результатів, що передбачає вимірювання і порівняння їх фактичних характеристик із нормативними з метою розробки та реалізації заходів, спрямованих на досягнення цільових значень фінансових результатів у поточному періоді та довгостроковій перспективі, відмінність якого від існуючих полягає в конкретизації завдань, способів та періоду спостереження, а також урахування цільової спрямованості в управлінні фінансовими результатами підприємства, що сприяє формуванню системного уявлення про їх моніторинг на підприємстві;
- модель моніторингу фінансових результатів, яка ґрунтується на засадах системно-інтеграційної концепції підприємства, та, на відміну від існуючих, подана як циклічний процес, який реалізується з огляду цільових настанов, підсистем забезпечення, умов і порядку звітності за результатами спостереження, що створює умови для ефективної реалізації функцій та завдань моніторингу фінансових результатів підприємства;
- методичний інструментарій для базового моніторингу фінансових результатів, особливість якого полягає у використанні порогових значень показників – індикаторів, що дозволяє забезпечити інформаційну підтримку управлінських рішень з формування та використання фінансових результатів торговельного підприємства – суб'єкта ЗЕД;
- науково-методичний підхід до визначення цільових значень чистого фінансового результату торговельного підприємства, який базується на урахуванні стадії життєвого циклу підприємств, що дає змогу конкретизувати завдання з управління фінансовими результатами та створює умови для

прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо розвитку ключових напрямів діяльності торговельного підприємства;

набули подальшого розвитку:

- класифікація видів моніторингу за рахунок систематизації основних і введення додаткових його ознак: рівень організації та завдань управління, обов'язковість до реалізації, що дозволяє розширити діапазон вхідної інформації для управління фінансовими результатами підприємства;

- модель оцінювання якості фінансових результатів та стійкості джерел їх формування, особливістю якої є використання показників структурного та дисперсного аналізу, що дозволяє виявити вузькі місця, пов'язані з формуванням фінансових результатів торговельного підприємства – суб'єкта ЗЕД;

- система показників моніторингу фінансових результатів, яка, на відміну від існуючих, побудована з урахуванням послідовності їх формування та використання, що сприяє досягненню цілей на усіх етапах управління фінансовими результатами торговельного підприємства – суб'єкта ЗЕД;

- науково-методичний підхід до визначення показників для проблемного моніторингу фінансових результатів торговельного підприємства – суб'єкта ЗЕД, що дозволяє коригувати систему бюджетів, збалансовувати грошові потоки, а також визначати проблеми у формуванні фінансових результатів у операційній діяльності підприємства в режимі оперативного управління.

Практичне значення одержаних результатів полягає в доведенні теоретичних положень дослідницької роботи до рівня узагальнень, конкретних методик і практичних рекомендацій щодо удосконалення моніторингу фінансових результатів на рівні торговельного підприємства – суб'єкта ЗЕД.

Результати теоретичних досліджень використовуються у навчальному процесі кафедри міжнародної економіки Харківського державного університету харчування та торгівлі під час викладання дисциплін «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства», «Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства», «Міжнародний менеджмент», «Міжнародна торгівля»,

«Управління міжнародними інвестиційними проектами (акти впровадження від 23.11.2016 р., 30.11.2017 р.), а також впроваджено у діяльність підприємств торгівлі – суб'єктів ЗЕД – ТОВ «Фабрика Варіант», ТОВ «Компанія «Гранд-Маркет» (акти впровадження від 30 листопада 2017 р.).

Публікації. Основні результати проведеного дослідження опубліковано в 32 наукових працях загальним обсягом 13,12 друк. арк., з яких 4 розділи у колективних монографіях (обсягом 2,7 друк. арк.), 13 статей (обсягом 7,73 друк. арк.), з яких – 8 статей (обсягом 4,89 друк. арк.) у наукометричних виданнях, 15 тез доповідей міжнародних конференцій (обсягом 2,69 друк. арк.).

1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ У ПІДПРИЄМСТВАХ – СУБ'ЄКТАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (ЗЕД)

1.1 Сутнісні характеристики та класифікація видів моніторингу в управлінні підприємством

Динамізм та розвиток конкуренції на внутрішньому ринку посилює значущість інформаційного забезпечення управлінських рішень щодо збереження чи удосконалення діючої системи управління підприємством у цілому, або окремих її підсистем зокрема. Результати діяльності підприємства, як відкритої економічної системи, в значній мірі залежать від швидкості адаптації внутрішнього середовища до зовнішніх змін, що зумовлює запровадження на підприємстві системи моніторингу як процесів, так і результатів діяльності суб'єктів господарювання.

Проведені дослідження свідчать, що у науковій літературі відсутня єдина думка щодо сутності моніторингу та визначення основних його етапів. Дане поняття використовується в різних сферах, з різними цілями, але при цьому має загальні характеристики і властивості, а, отже, викликає чималий інтерес з точки зору його теоретичного аналізу.

Термін «моніторинг» був вперше застосований перед проведенням Стокгольмської конференції ООН з навколишнього середовища (Стокгольм, 5-16 червня 1972 р.). Перші пропозиції з приводу вказаної системи були розроблені експертами спеціальної комісії СКОПЕ (Науковий комітет з проблем навколишнього середовища) у 1971 р. Перші вітчизняні наукові публікації про моніторинг з'явилися у середині 70-х рр. XX ст. перед Першою міжурядовою нарадою по моніторингу, що відбулась у Кенії у лютому 1974 р. Наукові засади моніторингу були викладені вітчизняними вченими у докладі на вказаній нараді у Найробі, а також у докладах на Першому радянсько-американському симпозіумі з всебічного аналізу

навколишнього середовища у 1974 р. у м. Тбілісі. До 90-х рр. XX ст. необхідність в проведенні економічного моніторингу на вітчизняних підприємствах не стояла гостро, адже більшість показників, життєво необхідних для прийняття рішень, в ринковій економіці просто не використовувались. Перші публікації, що стосуються моніторингу економічних об'єктів, зокрема створення системи моніторингу, в економіці з'явилися лише на початку XXI ст.

Як вказують у своїх працях Л. Давидова і В. Гордіна [37], першочергово термін «моніторинг» вживався лише у зв'язку з обробкою інформації про стан навколишнього середовища і розумівся як система спостережень та контролю над змінами природної середовища, що були викликані господарською діяльністю людини.

Особлива увага у сучасній зарубіжній літературі (зокрема, у роботах У. Мака і П. Онга) приділяється власне моніторингу як технічному процесу, без урахування його впливу на підвищення ефективності діяльності підприємства [38]. Проблеми економічного моніторингу складних соціально-економічних систем відображені в роботах Э. Майєра і Р. Манна [39].

Маючи схожі позиції з приводу того, що моніторинг є невід'ємним елементом у системі управління певним об'єктом, науковці по-різному визначають його місце у загальній системі управління, процеси, що складають зміст моніторингу, цільові настанови його реалізації, тощо. Зокрема у працях І. Бланка, Р. Брейлі, Н. Власової, В. Галіцина, Н. Данілочкіної, Ю. Іванова, Б. Коласса, Л. Лігоненко, Е. Майєра, М. Мескона, А. Майкла, О. Тищенко, Ф. Хедоурі моніторинг розглядається як компонента у загальній системі управління на підприємстві, що реалізується у межах фінансового планування (Р. Брейлі), контролю (Б. Колас, М. Мескон, А. Майкл, Ф. Хедоурі, І. Бланк, О. Тищенко, Н. Власова) та контролінгу (Е. Майєр, Н. Данілочкіна, О. Приходько) [1–14]. Разом із тим, моніторинг ототожнюють з контролем (Г. Тарасюк) [15, с. 285]. У працях О. Терещенка, О. Приходько моніторинг є інструментом вирішення

завдань оперативного характеру, а у працях О. Тищенко, І. Плікус – елементом стратегічного управління на підприємстві [4; 12; 14; 16]. Щодо завдань, то у працях І. Бланка, О. Терещенка, Ю. Іванова акцентовано увагу на тому, що моніторинг передбачає спостереження за визначеним об'єктом [6; 9; 12; 17]. Разом із тим, інші автори до переліку завдань моніторингу включають також аналіз та оцінку, контроль та прогнозування змін досліджуваного об'єкта [19–24].

У сучасній науково-технічній і економічній літературі приводяться різноманітні трактовки поняття «моніторинг». З приводу сутності моніторингу відзначимо, що моніторинг походить від латинського «monitor» – той що нагадує, спостерігає; у англійській мові «monitoring» в перекладі означає: постійне спостереження за будь-яким процесом з метою виявлення його відповідності очікуваному результату або первісним припущенням; спостереження, оцінка і прогноз стану навколишньої середовища у зв'язку з господарською діяльністю людини [34].

Звернемо увагу на особливості наведеного терміну, для чого приведемо переклади його з іншомовних словників (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Особливості перекладів терміну «моніторинг» (складено авторами)

Джерело	Характеристика терміну
Статистичний словник за ред. М. Корольова [40]; Великий економічний словник під ред. А.Н. Азріліяна в [41 с. 1380].	Моніторинг трактується як спеціально організоване систематичне спостереження за станом будь-яких об'єктів
Електронна енциклопедія «Вікіпедія» [42]; Сучасний словник іноземних слів [43 с. 525].	Моніторинг трактується як постійне спостереження за тим чи іншим процесом з метою вивчення його динаміки і порівняння з очікуваними результатами або початковими припущеннями.
Соціологічний енциклопедичним словником за ред. Г. Осипова [44 с. 388]	Цільова направленість моніторингу: «...спостереження за станом... з метою оцінки, контролю, прогнозу»
Великий економічний словник під ред. А. Борисова [47, с. 860]	моніторинг трактується як «спостереження, оцінка, аналіз та прогноз стану будь-якого явища чи процесу».

Продовження табл. 1.1

Джерело	Характеристика терміну
Економічний словник Б. Райзберга, Л. Лозовського, Є. Стародубцевої [45, с. 495]; Економічний енциклопедичний словник під ред. С. Мочерного [46, с. 563]	В якості етапів проведення моніторингу окрім постійного спостереження виділено оцінку та аналіз, а моніторинг постає у якості системи заходів, що забезпечує безперервне спостереження за станом економічних об'єктів, оцінку їх найважливіших характеристик та аналіз їх діяльності як складову частину управління.

Отже, донині відсутня єдина позиція щодо дефініції «моніторинг». Літературний огляд з даної проблематики дозволяє виділити ряд визначень, що дають можливість обґрунтувати теоретичні основи моніторингу (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Морфологічний аналіз поняття «моніторинг» (складено авторами)

Автор, джерело	Характеристика поняття
Моніторинг як система спостереження	
Галіцин В.К. [35]	Моніторинг інформаційних технологій слід визначити як постійне спостереження за об'єктами ІТ-середовища організації (підсистемами, функціональними елементами, процесами тощо) з метою виявлення їх відповідності певному очікуваному результату
Савчук В.К. [36]	Підтримання збалансованості передбачає продуманий моніторинг, тобто організацію спостереження за ринком з використанням ряду показників. Метою моніторингу є виявлення відповідності параметрів об'єкта спостереження бажаним і прийняття управлінських рішень, які забезпечували б підтримання цих параметрів у заданих межах
Коротков Э.М. [18]	Моніторинг являє собою систематичне відстеження процесів або тенденцій, постійне спостереження з метою своєчасної оцінки виникаючих ситуацій.
Моніторинг як розрахунково-діагностична система	
Бланк И.А. [9]	Моніторинг передбачає визначення розмірів відхилень фактичних результатів від передбачених та виявлення причин цих відхилень
Бондар М.І. [30]	Моніторинг – це елемент системи внутрішнього господарського контролю та визначає основні його завдання, до переліку яких
Калінеску Т.В. [20]	окрім спостереження включено також такі операції як системна оцінка результатів і розробка пропозицій щодо їх удосконалення

Продовження табл.1.2

Автор, джерело	Характеристика поняття
Пугачова М.В. [29]	Моніторинг передбачає дії з формування оціночних показників, збір та обробку інформації, а також коригування, за необхідності, вихідних установок
План дій програми ПРООН 2006-2010 рр. [27]	Концепція моніторингу передбачає виконання трьох основних завдань, зокрема – спостереження, визначення можливих змін й контроль таких змін та проведення заходів щодо управління визначеним об'єктом
Токаренко Г.С. [21]	Моніторинг є компонентою контролю та реалізується на всіх його етапах, зокрема на етапі попереднього, поточного та підсумкового контролю

Таким чином, загальним для всіх трактувань є виділення в якості вихідної складової моніторингу спостереження. Відмінності у підходах до трактовки даного поняття різними авторами проявляються в деталізації основних компонентів, що визначають зміст та етапи моніторингу (рис. 1.1).

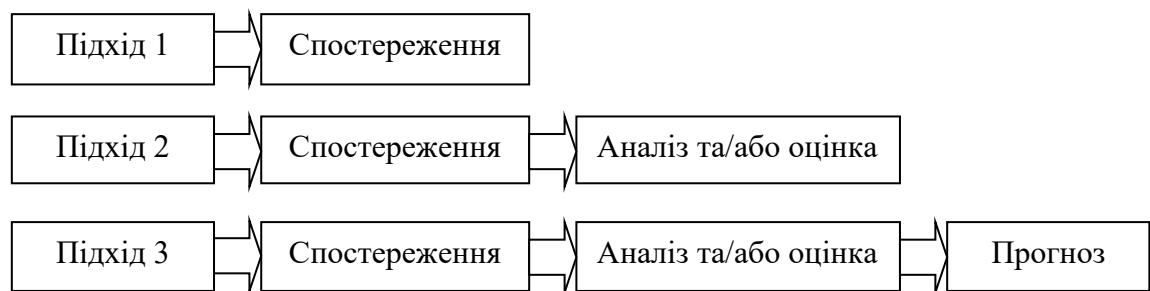


Рисунок 1.1 – Змістовне наповнення поняття «моніторинг»

(складено авторами)

Перший підхід характерний для соціологічних досліджень, при проведенні яких моніторинг ототожнюється зі спостереженням.

В економічній сфері розповсюджений другий підхід, за яким моніторинг, крім спостереження, включає аналіз та (або) оцінку явищ чи процесів. Згідно з основними теоретичними положеннями підприємство є складною системою, що функціонує за визначених цільових настанов. Досягнення цілей розвитку підприємства забезпечується за умов реалізації

функцій управління, основними з яких є організація, планування, мотивація, контроль. Реалізація функції організації передбачає створення найбільш сприятливих умов для досягнення бажаних цілей, планування – визначення конкретних завдань на різні планові періоди, мотивації – обґрунтування спонукальних мотивів до реалізації цілей, функції контролю – перевірку відповідності фактичного стану системи її цільовим характеристикам. Подані функції є загальними та становлять суть управління будь-яким об'єктом. У межах функцій організації, планування, мотивації, контролю виділяють підфункції, що забезпечують реалізацію основних функцій та зв'язок між ними. Зокрема функція організації реалізується через функції регламентації, встановлення прав та обов'язків працівників; планування – через підфункції прогнозування, моделювання, програмування; мотивації – через стимулювання праці; контролю – підфункції обліку, виявлення відхилень та аналізу їх причин. Урахування основних характеристик моніторингу та дотримання функціонального підходу в управлінні підприємством дозволяє зробити висновок, що моніторинг є підфункцією контролю, реалізація якої створює підґрунтя для аналізу та оцінки функціонування та розвитку визначеної системи.

Погоджуючись із тим, що моніторинг є компонентою загального процесу управління визначеним об'єктом, науковці мають різні думки з приводу його місця у системі управління підприємством, а також основних етапів. Зокрема, Б. Коласс виділяє такі етапи моніторингу, як збір інформації, первинне оброблення інформації, формулювання гіпотези, твердження гіпотези, висновки і пропозиції [2, с. 193]. Т. Калінеску визначає, що процес моніторингу включає такі етапи, як спостереження фактичного стану об'єкта – збирання та документування фактичних даних; аналіз результатів і вимірювання прогресу процесу – оцінка поточного стану і порівняння досягнутих результатів із запланованими; коригуючі дії – планування й здійснення дій, спрямованих на реалізацію відповідно до плану, або на мінімізацію невідповідностей [20].

О. Терещенко не надає визначення моніторингу, проте стверджує, що «моніторинг та аналіз відхилень фактичних показників від бюджетних може проводитися в абсолютних і відносних величинах». Це дозволяє припустити, що автор розмежовує поняття «моніторинг» та «аналіз» і залишає у переліку завдань моніторингу лише відслідковування (спостереження) за визначеним об'єктом [12, с. 95].

Є. Ананькіна, С. Данілочкін, Н. Данілочкіна та інші розглядають моніторинг як складову контролінгу діяльності підприємства, а до переліку завдань моніторингу крім «відстеження процесів у режимі реального часу» включають «складання оперативних звітів про результати роботи підприємства за найбільш стислі проміжки часу (день, неділя, місяць)», а також «порівняння цільових результатів із фактично досягнутими» [13, с. 18–19].

О. Тищенко, Ю. Іванов посилаються на економічний моніторинг та, як основні його функції, виділяють спостереження за динамікою середовища, накопичення нових знань про середовище та джерела впливу на нього, діагностику відхилень фактичного стану середовища від норм, регулювання цих відхилень [4, с. 220]. Сам же процес моніторингу, за думкою авторів, являє собою циклічний процес збору та обробки даних про стан об'єкта, а також, за необхідності коригування вихідних настанов щодо оціночних критеріїв.

І. Бланк під час визначення сутності моніторингу поточної фінансової діяльності, фінансового ринку, прибутку, наголошує на тому, що це механізм здійснення постійного спостереження за визначеним об'єктом (показниками поточної фінансової діяльності, розвитку фінансового ринку, прибутку), визначення розмірів та причин його відхилень [17, с. 429; 9, с. 126]. Розглядаючи питання щодо побудови системи моніторингу науковець виділяє такі елементи як «аналіз», або «виявлення основних причин» [9, с.

127], що зумовили відхилення фактичних показників від передбачених (встановлених), що свідчить про багатоетапність реалізації моніторингу.

В. Вовк також подає моніторинг сукупністю завдань, у переліку яких виділяє такі як систематичне спостереження та нагромадження інформації про тенденції зміни чинників зовнішнього середовища; оцінка фактичного рівня конкурентоспроможності порівняно з конкурентами; ідентифікація конкурентного потенціалу зовнішнім умовам функціонування; прогнозування тенденцій зміни конкурентної позиції банку на ринку банківських послуг з урахуванням впливу чинників зовнішнього середовища» та ін. [18] Схожий підхід, тобто включення до завдань моніторингу не лише вимоги з інформаційного забезпечення, вимірювання та порівняння, але й завдань оцінки явищ та процесів, наведено у праці [19], де відзначено, що показники моніторингу повинні не лише дати змогу кількісно охарактеризувати та оцінити ситуацію, але й розкрити причини її виникнення [19, с. 84].

Третій варіант розгляду змісту моніторингу передбачає включення такої складової, як прогноз. Так, О. Тищенко, Ю. Іванов формулюють моніторинг як регулярне спостереження, оцінку та прогноз різних процесів [4, с. 221]. А. Берьозкіна моніторинг подає як комплексний метод, що поєднує діагностику (оцінку поточного), генезис (оцінку минулого) та прогноз (оцінку майбутнього) [23]. П. Іванюта відзначає, що спостереження – лише початковий етап, адже завдання моніторингу є ширшими, та включає до моніторингу заходи з оцінки стану досліджуваного об'єкта, прогнозування, візуалізації та інтерпретації одержаних результатів [28]. За думкою А. Хорева, В. Вороніна та ін. моніторинг передбачає аналіз управлінської ситуації за виділення її окремих компонентів, а також і прогнозування даних компонентів у довго- та короткостроковій перспективі [31].

Погоджуючись із багатоетапністю реалізації моніторингу на підприємстві тим не менше, вважаємо некоректним ототожнення моніторингу з оцінкою, а також включення прогнозування до основних етапів моніторингу. Моніторинг та оцінка перетинаються у загальній цільовій настанові, а саме – відстеження ходу та результатів розвитку певної системи та підготовка необхідної інформації для особи, що приймає рішення. Попри загальну цільову настанову, сутнісне наповнення моніторингу та оцінки є різними. Так, у загальному вигляді моніторинг надає відповідь на запитання «що відбувається?», «як справи?». У його основі лежить відстеження ситуації, а саме збирання фактичних даних, вимірювання, порівняння фактичних характеристик системи з бажаними. На відміну від моніторингу оцінка надає відповідь на запитання «чому так сталося?», а в її основі – аналіз стану та динаміки об'єкта управління, а також виявлення причин відхилень його фактичних характеристик від цільових [4; 16; 23]. Щодо включення до моніторингу операцій із планування та прогнозування відзначимо, що на підприємстві цілком прийнятним є організація моніторингу виконання прогнозних завдань, проте, вважаємо, нелогічним включення етапу прогнозування до системи моніторингу визначеного об'єкта.

За узагальнення існуючих підходів із приводу основних процесів, що становлять сутність моніторингу, та їх критичної оцінки зроблено висновок, що моніторинг є спостереженням, яке реалізується через процеси вимірювання та порівняння. Як і будь-яка інша система моніторинг є системою ієрархічною і дані моніторингу за певним показником – індикатором n -го рівня є підґрунтям для формування показника моніторингу більш високого рівня і т. ін. А отже процес спостереження, який видається виключно процесом формування вихідної інформації щодо визначеного об'єкта, на практиці перетворюється у процеси моделювання визначеного об'єкта, вимірювання його окремих компонент за допомогою низки показників та порівняння фактичних та нормативних значень останніх.

Наступне суперечливе питання щодо моніторингу стосується його цільових настанов. Зокрема у праці О. Терещенка відзначено, що моніторинг реалізується в межах виключно оперативного контролінгу [12, с. 92–95]. Акцентуючи увагу на систематичності, та безперервності процесу спостереження, автор підводить до думки, що моніторинг здійснюється лише у оперативному режимі для прийняття рішень оперативного характеру. Погоджуючись із тим, що моніторинг належить до інструментів оперативного управління, вважаємо, що його роль у системі управління підприємством цим не обмежується. Інформація, отримана за даними моніторингу, є підставою для обґрунтування рішень не лише у поточному, але й у довгостроковому періоді. В цьому сенсі моніторинг в управлінні розглядається не лише як спосіб (засіб контролю), але й як «спеціалізована технологія управління», «чинники зниження ризику за прийняття стратегічних рішень» [26].

Запровадження стратегічного планування на підприємствах зумовило розвиток конфігурації моніторингу. За збереження функцій контролю та спостереження, цільові настанови та спрямованість моніторингу змінились. Як вважають Е. Петров та Є. Губаренко інформація, що отримана у результаті моніторингу, в більшому ступені необхідна для уточнення та перевірки результатів моделювання та прогнозування, ніж для отримання даних про об'єкт [26]. Сприйняття моніторингу як системи та особливості цільових його настанов враховано авторами праці [26] під час трактування моніторингу. За їх визначенням, моніторинг є спеціалізованою системою управління, у якій на основі систематичного, регулярного отримання та аналізу відповідної інформації забезпечується можливість адекватного реагування на зовнішні загрози та відхилення у роботі організації.

У праці [32] автори подають власне бачення системи стратегічного моніторингу в межах загальної системи стратегічного управління підприємством, та виділяють завдання стратегічного моніторингу з огляду стратегічного управління, оперативного планування, фінансового та

управлінського обліку, маркетингової діяльності. Н. Данілочкіна та ін. розглядаючи моніторинг як компоненту системи контролінгу, безпосередньо рівень контролінгу (оперативний / стратегічний), на якому реалізується моніторинг не визначають, що дозволяє припустити, що автори дотримуються реалізації моніторингу як під час вирішення прийняття рішень оперативного, так і стратегічного характеру [13].

«Моніторинг виступає універсальним інструментом стратегічного управління...», – відзначено у праці [18]. Як засіб досягнення стратегічних цілей управління витратами підприємства розглядає моніторинг В. Савчук. Призначення моніторингу автор вбачає у тому, що дана система дозволяє накопичувати дані щодо показників ефективності бізнесу, обробляти їх та аналізувати в динаміці відхилення фактичних значень показників від нормативних або припустимих рівнів [33, с. 335].

Н. Педченко у переліку цільових настанов формування моніторингу вказує, що дана система розробляється для забезпечення стратегічних напрямів економічного та соціального розвитку підприємства [24, с. 5–6]. Інструментом стратегічного управління вважала моніторинг й І. Плікус [16].

О. Тищенко, Ю. Іванов як один із ключових аспектів у розумінні моніторингу виділяють його стратегічний характер та зазначають, що моніторинг слід сприймати у контексті функцій управління, як підхід, який доповнює стратегічне управління [4]. За твердженням авторів якщо загальним завданням стратегічного управління є виявлення основних цілей та визначення способів їх досягнення, тобто створення «штучної реальності», то моніторинг – реальність штучного» – забезпечення існування його у просторі та часі [4, с. 219]. Аналіз матеріалу, що поданий вище дозволяє зробити загальний висновок, що моніторинг є спостереженням за визначеним об'єктом за цільової настанови забезпечення його функціонування як у поточному періоді так і розвитку в перспективі. Отже, моніторинг – систематичне спостереження, що реалізується в межах загальної системи

управління визначеним об'єктом і передбачає вимірювання та порівняння фактичних його характеристик з базовими (плановими, нормативними) з метою розробки та реалізації заходів щодо розвитку об'єкта управління як у поточному періоді так і довгостроковій перспективі.

Узагальнюючи визначення моніторингу, подані у працях вітчизняних та зарубіжних науковців, та спираючись на методичні засади теорії управління підприємством, можна виділити його основні характеристики, а саме: процесний характер, об'єктну та цільову спрямованість. Вивчення наукових трактувань терміну «моніторинг» дало можливість дійти висновку, що моніторинг є підфункцією контролю. За результатами дослідження цільових настанов, завдань, періоду та способів реалізації моніторинг запропоновано визначати як систематичне спостереження, що реалізується в межах загальної системи управління визначеним об'єктом та передбачає вимірювання і порівняння фактичних його характеристик із базовими з метою розробки та реалізації заходів щодо розвитку об'єкта управління як у поточному періоді так і довгостроковій перспективі.

Моніторинг є загальною функцією управління, що реалізується як на мікро- так і макрорівні, а система моніторингу може мати різну цільову спрямованість, що зумовлює існування різних видів моніторингу. Проведені дослідження свідчать про численність характеристик, які використовують для групування видів моніторингу. У працях [48–52] розглянуто економічний, екологічний, фінансовий, ціновий, соціально-економічний, порівняльний, проблемний моніторинг та інші його види. Значна кількість та невпорядкованість основних груп моніторингу ускладнює формування системи управління підприємством, що зумовлює об'єктивність дослідження сутнісних характеристик та особливостей організації різних видів спостереження.

Класифікація є системою підпорядкованих понять будь-якої галузі науки чи діяльності людини і використовується як засіб для встановлення зв'язків між цими поняттями. Це один з інструментів вивчення властивостей

досліджуваного об'єкта та виділення його особливостей. Щодо моніторингу, то, узагальнивши існуючі розробки, групування його видів здійснимо за такими основними ознаками: сфера, масштаб та обов'язковість до реалізації, суб'єкт, об'єкт, цільова настанова та рівень завдань управління, методичні засади та стадія реалізації, а також орієнтація на користувача (рис. 1.2, Додаток А).

Базовим у розмежуванні різних видів моніторингу є сфера його застосування. Мова йде про реалізацію моніторингу для спостереження та контролю за розвитком технічних, біологічних, політичних, соціальних та економічних систем. Незважаючи на однаковість цільових настанов, методично та організаційно системи моніторингу відрізнятимуться в залежності від системи, за якою здійснюється спостереження. До того ж об'єкт моніторингу також залежить від сфери моніторингу. Як зазначено в праці [6], згідно зі сферою застосування виділяють такі види моніторингу як: в екології та біології – моніторинг повітря, лісів, клімату; в медицині – епідеміологічний, санітарно-гігієнічний, в політології та соціології – соціально-політичний моніторинг регіонів, законодавства та ін.

У праці [48] як найбільш вживані класифікаційні ознаки виділено функції та цілі моніторингу, проте автори не систематизували згідно з ними види моніторингу, а лише навели перелік останніх. Зокрема звернули увагу на наявність екологічного та біологічного моніторингу, моніторингу зовнішнього середовища, економічного моніторингу, моніторингу підприємства, цінового моніторингу та ін. Попри це, вважаємо також суперечливим і ознаки, що наведено. Адже, за реалізації у будь-якій сфері функції та цілі моніторингу, що виділено як основні класифікаційні ознаки, є незмінними.

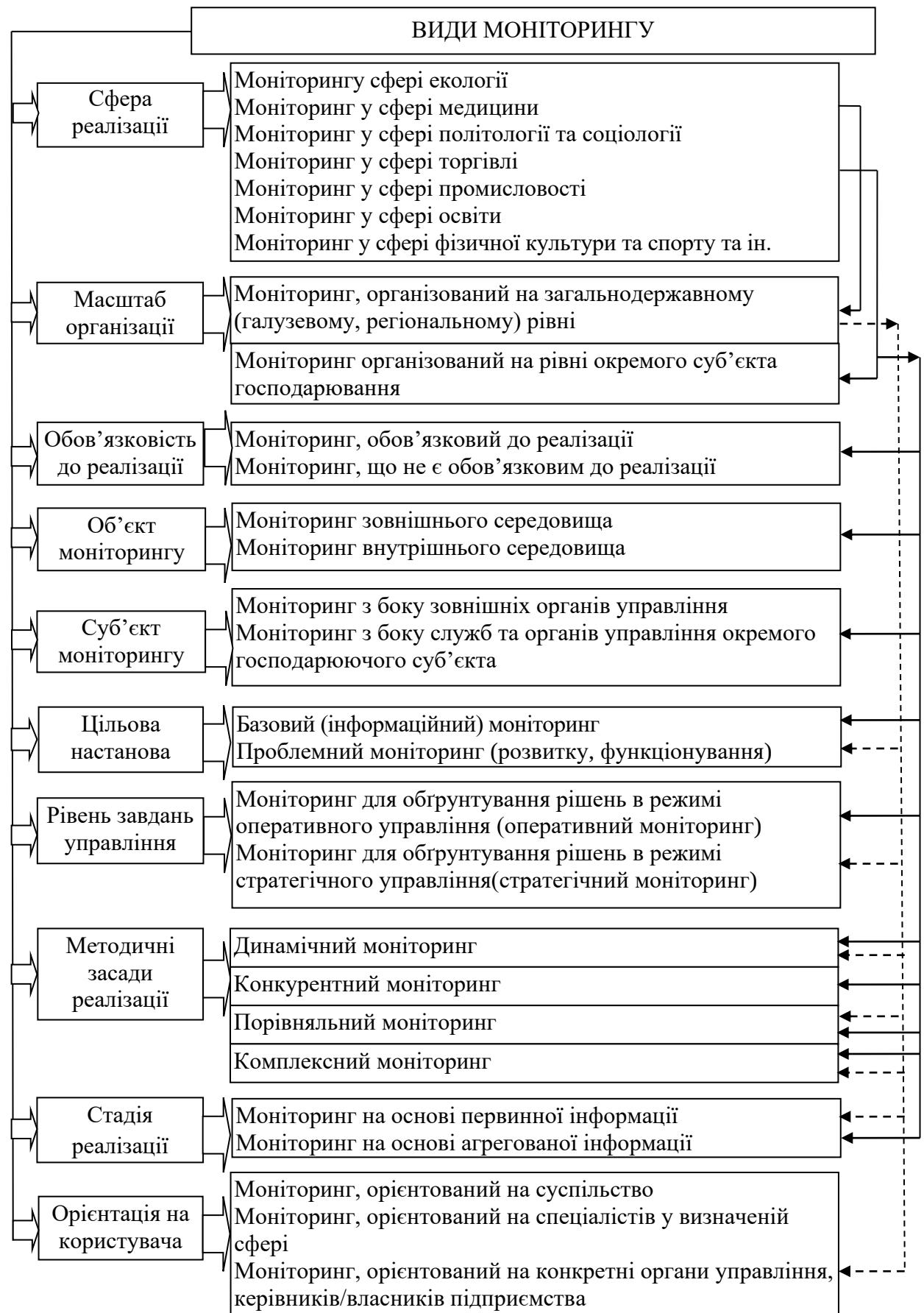


Рисунок 1.2 – Класифікація видів моніторингу (узагальнено авторами)

Оскільки функціями моніторингу є спостереження та вимірювання окремих характеристик визначеного об'єкта, а цільовою настановою моніторингу – формування інформації для аналізу, перевірки результатів моделювання та прогнозування розвитку об'єкта, оцінки ефективності управління ним, види моніторингу, що наведені авторами [48], можуть бути згруповані за вже поданою ознакою «сфера застосування».

Взявши за основу види моніторингу, наведені у працях [8; 3; 6; 53] пропонується угруповання за такою ознакою як «масштаб організації», що дозволяє виділити види моніторингу, що реалізуються на загальнодержавному, регіональному, галузевому рівні, а також на рівні окремого господарюючого суб'єкта. Зокрема, Україна як одна зі 189 держав світу, що прийняла до впровадження декларацію тисячоліття ООН, починаючи з 2000 р. і дотепер здійснює моніторинг досягнення країною Цілей розвитку тисячоліття, результати якого оприлюднюються у відповідних національних моніторингових доповідях [54]. На рівні галузевих та регіональних органів управління (Міністерств, відомств, департаментів) здійснюється моніторинг розвитку окремих сегментів національної економіки (зокрема ринку праці, фондового ринку, цін на товари, що реалізуються у роздрібній торгівлі, паливо, оптових цін на сільськогосподарську продукцію та ін.), освіти (моніторинг якості освіти в Україні, кількості випускників), охорони здоров'я та ін.

Специфіка національних економік зумовлює особливості формування системи моніторингу, що реалізується у різних країнах. Незважаючи на особливості організації, цільові настанови та завдання, що вирішуються у результаті моніторингу в окремих країнах, схожі. У їх переліку, зокрема, оцінка ефективності грошово-кредитної політики, аналіз та прогнозування економічної кон'юнктури, дослідження змін попиту та пропозиції в окремих сегментах ринку тощо [55].

На рівні підприємства формується система моніторингу за процесами (обслуговування споживачів у підприємствах торгівлі; технології виробництва продукції, виконання робіт тощо), та іншими об'єктами управління (моніторинг фінансових ресурсів, фінансових результатів, витрат, дебіторської заборгованості, кредиторської заборгованості, тощо). Зокрема питання моніторингу окремих процесів та об'єктів управління на рівні підприємства наведено у працях [8–12; 53; 56; 57].

Наступна класифікаційна ознака виділена у зв'язку з необхідністю охарактеризувати особливості здійснення державного контролю у сфері фінансів. Так, згідно зі статтею 4 Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом» виділяють обов'язковий фінансовий моніторинг, який здійснюється спеціально уповноваженим органом виконавчої влади з питань фінансового моніторингу з аналізу інформації щодо фінансових операцій, що надається суб'єктами первинного фінансового моніторингу, та обов'язковий внутрішній фінансовий моніторинг – з виявлення фінансових операцій, що підлягають обов'язковому фінансовому моніторингу та інших фінансових операцій, що можуть бути пов'язані з легалізацією (відмиванням) доходів [58]. З огляду на це, пропонується класифікація моніторингу за ознакою «обов'язковість до реалізації». Згідно з даною класифікацією доцільно виділити моніторинг обов'язковий до реалізації, якому відповідатиме два види обов'язкового моніторингу, та моніторинг, що не є обов'язковим до реалізації, а саме всі інші види моніторингу.

Ознаки, що виділено для групування видів моніторингу в подальшому зумовлені організаційними та методичними особливостями його реалізації. В літературі є згадування про моніторинги зовнішнього та внутрішнього середовища, а також зовнішній та внутрішній моніторинги [47; 49]. Відзначимо розмежування схожих понять, зокрема «зовнішній моніторинг» та «моніторинг зовнішнього середовища», а також «внутрішній моніторинг» та «моніторинг внутрішнього середовища». Відмінності між наведеними

поняттями полягають у характеристиках моніторингу з огляду його об'єкта та суб'єкта. Зокрема моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища може бути організований у межах окремого господарюючого суб'єкта, як подано у працях [4–6; 47]. За визначенням моніторинг зовнішнього середовища являє собою систему постійного спостереження за параметрами ринку за допомогою набору індикаторів із метою точного визначення кон'юнктури ринку й забезпечення бази для безперервного прогнозування ринкової ситуації. Тобто ознакою для виділення завдань та формування системи показників-індикаторів є розмежування середовища функціонування підприємства на зовнішнє та внутрішнє. Об'єктом моніторингу зовнішнього середовища виступають процеси та чинники зовнішнього середовища, об'єктом моніторингу внутрішнього середовища – процеси чинники внутрішнього середовища. Щодо зовнішнього та внутрішнього моніторингу, то основним у розмежуванні даних понять є суб'єкти моніторингу, якими виступають як зовнішні так і внутрішні органи та служби управління окремим суб'єктом.

Моніторинг будь-якого об'єкта передбачає вимірювання й порівняння, тобто за результатами моніторингу аналітик отримує інформацію і щодо стану та функціонування об'єкта, і щодо його розвитку. З огляду на зазначене є значущим виділення такої ознаки для угруповання моніторингу як «цілі моніторингу». Згідно з даною ознакою у праці [49] виділено два види моніторингу, зокрема – спрямований на виконання завдань функціонування та завдань розвитку, а у праці [51] – шість видів, а саме – стратегічний, тактичний, оперативний, інформаційний, базовий та проблемний. Такі види моніторингу як «стратегічний», «тактичний» та «оперативний» відповідають рівню управління та корелюють зі завданнями стратегічного, тактичного та оперативного управління визначеним об'єктом. Інформаційний, базовий та проблемний моніторинги – загальним цілям спостереження та не пов'язані з

рівнем управлінських рішень. Виділимо особливості видів моніторингу за поданими класифікаційними ознаками.

Щодо цілей, більш повне угруповання видів моніторингу за даною ознакою подано у праці [50]. За цільовою настановою автором виділено три види моніторингу – «інформаційний», «базовий» та «проблемний». Мета інформаційного моніторингу – структуризація, накопичення та розповсюдження інформації, базового – виявлення нових проблем та небезпек ще до того, як вони будуть визнані на рівні управління, проблемного – виявлення закономірностей, процесів, небезпек, які відомі та актуальні з точки зору управління. І саме в межах проблемного моніторингу є доцільним виділення двох підгруп моніторингу, зокрема моніторингу функціонування та моніторингу розвитку. Дані види моніторингу подано як «проблемний функціонування» та «проблемний розвитку» [50, с. 47]. Відмінності між ними визначаються періодом функціонування системи моніторингу. Моніторинг розвитку являє собою систему спостереження за реалізацією визначеного завдання (проекту, програми). Тобто за завершення проекту (програми) припиняє існувати і система моніторингу. Прикладом такого моніторингу є моніторинг окремих фаз інвестиційної діяльності підприємства, або окремого інвестиційного проекту в цілому. Саме період здійснення моніторингу визначає наявність таких його видів як «поточний» та «заключний» моніторинг, зокрема у процесі реалізації визначеного проекту здійснюється поточний моніторинг, по завершенні – заклучний моніторинг.

На відміну від поданих, моніторинг функціонування являє систему спостереження локального характеру за визначеним об'єктом без часового обмеження, зокрема витратами та результатами діяльності, дебіторською заборгованістю, обслуговуванням споживачів на підприємстві тощо.

Підґрунтям для виділення «стратегічного», «тактичного» та «оперативного» моніторингу є рівень управлінських завдань, та, відповідно,

об'єкти дослідження. Зокрема об'єктом стратегічного моніторингу тенденції соціально-економічного розвитку регіонів, ключові управлінські рішення органів влади регіонального та місцевого рівнів, перебіг реформування основних сфер суспільного життя у регіонах. На рівні підприємства таким об'єктом є зв'язки з середовищем функціонування організації. Тактичний та оперативний моніторинги реалізуються для отримання інформації щодо вирішення завдань у середньостроковому та короткостроковому періодах та з огляду особливостей формування інформації. З огляду на зазначене об'єктами оперативного моніторингу, зокрема, є ціни на продукти харчування, пальне, об'єктом тактичного – фінансові результати, дані за якими подаються за періодами часу відповідно.

Значущим для виділення видів моніторингу є загальний методичний підхід, що використовується під час моніторингу. Мова йде про базові (планові, нормативні) характеристики для визначення характеру розвитку об'єкта, що підлягає моніторингу. Залежно від бази порівняння виділяють динамічний, конкурентний, порівняльний та комплексний моніторинг [49; 51]. В основі динамічного моніторингу – дослідження характеру зміни визначеного об'єкта в динаміці, а саме констатація напряду зміни об'єкта у період $(t+1)$ порівняно зі станом у період (t) . Конкурентний моніторинг передбачає спостереження за визначеним об'єктом за урахування динаміки відповідних показників за групою конкурентів. Порівняльний моніторинг ґрунтується на засадах бенчмаркінгу та передбачає порівняння характеристик об'єкта, що підлягає моніторингу, з найкращими його значеннями. Під час комплексного моніторингу передбачено використання декількох критеріїв для визначення стану та характеру динаміки визначеного об'єкта [49; 51]. Кожний із поданих видів моніторингу може бути реалізований на підприємстві. Вибір на користь реалізації одного з них, або декількох залежить від об'єкта моніторингу, а також співвідношення між результатами та витратами, що виникають за реалізації будь-якого проекту, у тому числі й

організації визначеної системи моніторингу (динамічного, конкурентного, порівняльного, комплексного) за окремим об'єктом.

У переліку ознак для класифікації видів моніторингу виділяють також такі як засоби, які використовуються для його проведення, способи збору інформації, орієнтація на користувача інформації, завдання функціонування, база для порівняння, цілі спостереження. Критично оцінюючи матеріал, поданий у працях [49; 56], вважаємо сумнівним використання окремих класифікаційних ознак. Зокрема за ознакою «засоби моніторингу» виділяють такі види моніторингу як радіолокаційний, авіаційний, педагогічний, соціологічний, медичний, статистичний та ін. [49]. Щодо поданих видів моніторингу зазначимо, що вони здебільшого існують у межах визначених сфер діяльності. У політології та соціології використовуються соціологічні методи моніторингу, в економіці – статистичні методи, в промисловості – інструментальні тощо. А групування видів моніторингу за ознакою «засоби моніторингу» є вторинним та залежить від сфери моніторингу.

Також сумнівним для класифікації видів моніторингу є використання такої ознаки як «засоби збору інформації». За даною класифікаційною ознакою автором [49] виділено моніторинг, що здійснюється на підставі технології структуризації результатів та збору інформації, фізичного вимірювання параметрів об'єкта та вимірювання із залученням технологій наукового дослідження. Сфера та засоби моніторингу визначають також і засоби збору інформації. Відмінності між засобами збору інформації є помітними лише на першій стадії організації моніторингу, натомість моніторинг будь-якого об'єкта здійснюється на засадах системи критеріїв та показників та відповідає вимогам науковості. Тобто під час організації моніторингу будь-якого об'єкта використовують усі можливі засоби отримання інформації. Враховуючи зазначене, групування моніторингу за ознаками «засоби моніторингу» та «засоби збору інформації» є недоцільним, адже вони визначаються сферою та об'єктом моніторингу. Відзначимо, що

моніторинг, як процес реалізується у декілька етапів, тобто має визначені стадії. На першій стадії відбувається формування масиву вихідної інформації, на другій – отримання агрегованої інформації. Зазначене дозволяє урахувати цю особливість реалізації моніторингу під час класифікації його видів.

У працях [49; 50; 56] як окрема класифікаційна ознака видів моніторингу виділено «орієнтацію на конкретного користувача». В основі розмежовування видів моніторингу за цією ознакою не лише сам користувач, але й спосіб розповсюдження інформації. Згідно з даною ознакою виділяють три групи моніторингу. До першої групи включають моніторинг, що орієнтований на суспільство в цілому, мета якого – формування суспільної думки, спосіб розповсюдження – засоби масової інформації. Друга група включає моніторинг, орієнтований на спеціалістів відповідних сфер та видів діяльності. Спосіб отримання інформації – спеціалізовані видання, Internet, підписка. Третя група включає моніторинг, користувачами якого є конкретні органи управління, керівники. Цей моніторинг носить цільовий характер, а його результати не мають широкого розповсюдження.

У розвиток систематизації видів моніторингу за ознакою «орієнтація на користувача» акцентуємо увагу на фінансові аспекти реалізації моніторингу, зокрема участь замовника у покритті витрат на організацію моніторингу, що є додатковою ознакою для виділення різних груп користувачів. Хоча у працях [49; 56] й відзначено, що для організації моніторингу для різних груп користувачів використовуються різні джерела фінансування й різні способи сплати за отриману інформацію, проте розвиток дана теза не отримала. Результатом будь-якого моніторингу є інформація щодо стану визначеного об'єкта, його динаміки, напрямку змін. Залежно від об'єкта моніторингу дана інформація може бути отримана на безоплатній основі, за умов часткової або повної сплати за рахунок замовника. Зокрема загальна інформація щодо змін у атмосфері, цін на окремі товари є безкоштовною для споживача. Вона надходить у вигляді повідомлень із засобів масової інформації, використовується у рекламних компаніях. Споживачами такої інформації є

як суспільство в цілому, так і спеціалісти окремих сфер діяльності, керівники підприємств. Окрім безкоштовного, з точки зору користувача, можна виділити й моніторинг, що реалізується за часткової сплати. Зокрема, огляди стану окремих ринків, цін на товари, що подаються у спеціалізованих виданнях, через механізм підписки, частково сплачуються кожним із передплатників. За умов індивідуального замовлення витрати з моніторингу визначеного об'єкта покриваються за рахунок замовника (підприємства, приватної особи, організації). Такий моніторинг може бути організований як силами самого замовника так і сторонніми організаціями, що спеціалізуються на виконанні даних робіт. У будь-якому випадку витрати за моніторингом окремого об'єкта відшкодовуватимуться за рахунок замовника та будуть включені до складу витрат його поточної діяльності.

Таким чином, множинність класифікаційних ознак моніторингу зумовила необхідність їх упорядкування. За результатами критичного аналізу існуючих систем класифікації для угруповання видів моніторингу виділено наступні класифікаційні ознаки: сфера застосування, масштаб, обов'язковість до реалізації, об'єкт та суб'єкт моніторингу, цільові настанови, методичні засади та стадія реалізації, орієнтація на користувача.

1.2 Особливості формування фінансових результатів у підприємствах – суб'єктах ЗЕД

Моніторинг, як процес спостереження за визначеним об'єктом та як компонента загальної системи управління, може бути поданий через ланцюг «об'єкт – суб'єкт – інструмент моніторингу». У поданому ланцюгу об'єкт та суб'єкт є визначальними для використання відповідного інструменту. Щодо співвідношення «об'єкт – суб'єкт», відзначимо, що спостереження за об'єктом здійснює суб'єкт. Проте суб'єкт використовує відповідні інструменти моніторингу, враховуючи особливості об'єкта. Іншими словами під час моніторингу є важливим урахування особливостей його об'єкта,

зокрема сутнісних характеристик та компонентного складу. В подальшому акцентуємо увагу на такому об'єкті моніторингу як «фінансові результати діяльності підприємства», а саме з'ясуємо суть даного поняття та визначимо особливості розрахунку.

Поняття «фінансовий результат підприємства» має неоднозначне трактування в економічній літературі та досить часто ототожнюється з прибутком. Така ситуація, на думку дослідників (М. Білик, Н. Власова, О. Гаращенко, А. Коструба, О. Криклій, Л. Ловінська, І. Мелушова, Н. Прохар, В. Пікало, А. Садеков, Л. Семерунь, Л. Фролова), зумовлена різними цільовими настановами дослідження, змістовним наповненням понять «доходи» та «витрати» та особливостями їх визначення за різних систем обліку та завдань управління [69–79].

Основні сутнісні характеристики прибутку надає економічна теорія. Як відзначено у праці [70] «...прибуток – складна економічна категорія, в основі якої лежать ціннісно-вартісні відносини між суб'єктами господарювання (власниками факторів виробництва) з приводу створення, перерозподілу та присвоєння економічних благ, створених у результаті виробничо-фінансових процесів» [70, с. 11]. З розвитком економічної думки змінювались уявлення про прибуток та джерела його походження. Згідно з існуючими підходами прибуток є результатом ринкової нерівноваги або проявом монопольної влади [80–82], винагородою за використання капіталу та інших факторів виробництва (А. Сміт, Дж. Міль, І. фон Тюнен), результатом підприємницької активності (Ж.-Б. Сей), перетвореною формою додаткової вартості (К. Маркс), результатом інновацій (Й. Шумпетер), винагородою за ризик (Ф. Найт) [17; 70; 80–83].

Знання економічної природи прибутку дозволяє зрозуміти його характеристики. Як основні з них науковцями визнаються такі: визначення прибутку як частини доходу підприємства, що звільнена від відповідних витрат (І. Бланк, Л. Кирилова, Ф. Бутинець, М. Бенько), вартісний характер (І. Бланк, М. Бенько), результат реалізації прав власності підприємця на

капітал (І. Бланк, Л. Кирилова), результат підприємницької діяльності (І. Бланк, Л. Кирилова, Ф. Бутинець) [17; 84–86].

Найбільш суттєві характеристики прибутку поєднані у визначенні, що надано І. Бланком. Як відзначено у праці [9] «Прибуток являє собою виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, що являє собою різницю між сукупним доходом та сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності» [9, с. 15].

Щодо сутності поняття «фінансові результати», то у літературі його подають як підсумковий результат діяльності підприємства, наведений у формі прибутку (збитку) (Ф. Бутинець, В. Луговий, М. Пушкар, В. Пипко, Т. Білик, О. Вороніна), а також як приріст капіталу внаслідок діяльності у звітному періоді (Я. Соколов, Н. Кондраков, А. Загородній, А. Борисов) [84–95]. У визначенні сутності фінансових результатів ми дотримуємось позиції, що подана у праці [70] згідно з якою «фінансові результати являють собою бухгалтерську оцінку різниці між поточними доходами ... та витратами ... відповідно до нормативної бази складання фінансової звітності» [70, с. 25].

Таким чином, використання понять «прибуток» та «фінансовий результат» у якості синонімів є некоректним. Дотримуючись основних критеріїв, що подано у праці [70, с. 25–26], здійснимо порівняння прибутку та фінансових результатів із огляду характеру та моделі оцінки, а також особливостей доходів і витрат та ступеня ідентифікації елементів, що ураховують під час визначення прибутку та фінансових результатів. У підсумку визначено наступне.

Незважаючи на семантичну схожість прибуток та фінансові результати різняться за характером оцінки. Зокрема з огляду наявності різних підходів до визначення прибутку сама оцінка його є суб'єктивною та залежить від дотримання відповідних теоретичних засад. Щодо фінансових результатів, то

їх визначення носить об'єктивний характер та ґрунтується на діючих національних стандартах обліку.

Щодо формалізованої моделі визначення прибутку та фінансових результатів відзначимо таке. В узагальнюючому вигляді прибуток розглядається як функція доходів та витрат та визначається як різниця між ними. Щодо фінансових результатів, то з огляду міжнародної та вітчизняної практики, під час їх визначення використовують два методи, а саме – метод «витрати-випуск», а також «балансовий» метод. Визначення фінансового результату за методом «витрати-випуск», як і під час визначення прибутку, передбачає співставлення відповідних доходів та витрат із наступним їх коригуванням на суму зміни залишків запасів та незавершеного виробництва. Суть балансового методу – визначення фінансового результату на підставі зміни величини чистих активів або власного капіталу впродовж звітного періоду [96, с. 407; 97, с. 19–20; 98]. Наявність двох методів визначення фінансового результату ґрунтується на базових положеннях теорії балансу, зокрема наявності його статичної та динамічної моделей. В основі балансового методу визначення фінансового результату лежить статична модель балансу, а саме положення, що «бухгалтерський баланс має завдання огляду і констатації майнового стану підприємства на конкретний момент часу, і, одночасно шляхом порівняння балансів за різні моменти часу, повинен бути засобом оцінки результатів діяльності підприємства за періоди між складанням балансу» [99, с. 26]. За динамічного підходу фінансовий результат визначається як різниця між виручкою і витратами від реалізації, при цьому зміни у вартості майна не слід враховувати [99, с. 26]. В Україні балансовий метод поширення не набув, а порядок визначення фінансового результату ґрунтується на динамічній моделі, тобто на співвідношенні доходів та витрат. Проте науковці відзначають, що алгоритм визначення фінансового результату за динамічного підходу не такий однозначний та прозорий, оскільки величина результату значно залежить від методичних

аспектів обліку окремих видів активів (зокрема запасів), визначення амортизації, розподілу непрямих витрат [99, с. 27, 70, с. 114–117].

Відмінності між прибутком та фінансовими результатами зумовлені різним складом доходів та витрат, що використовують під час розрахунків. Розглянемо особливості останніх. У літературі дохід трактують як грошові та інші надходження (В. Сідун, І. Бойчик) або як виручку (виторг) від реалізації (О. Ястремський, О. Гриценко) [101–104]. За національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку (НП(С)БО) 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» доходи являють «збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які приводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників)» [105; 106]. У Міжнародних стандартах бухгалтерського обліку 18 дохід подається як «валове надходження економічних вигід протягом періоду, що виникає в ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання, коли власний капітал зростає в результаті цього надходження, а не в результаті внесків учасників капіталу» [107]. Відзначимо невірність ототожнення доходу та виручки, адже виручка, як результат реалізації товарів (послуг, робіт) становить лише частину доходів. Окрім виручки підприємство отримує доходи також від продажу або оренди активів, а також у вигляді курсової різниці, отриманих штрафів, тощо.

Суперечливим є також розуміння доходів лише як надходжень від звичайної діяльності, що подано у МСБО 18. За дотримання положень, що подано у МСБО 18, виникає питання щодо сутності надходжень від надзвичайних подій, які також можуть бути на підприємстві.

Поширеним є визначення доходу як надходжень у результаті діяльності господарюючого суб'єкта, що представлені виручкою та іншими надходженнями. За визначенням, що подано у [101–103] дохід у самому загальному вигляді являє собою потік грошових та інших надходжень [101–103]. Грибов В., Грузінов В. вважають, що дохід підприємства складається з виручки від реалізації продукції (робіт, послуг), основних

засобів (зайвих) й іншого майна підприємства, а також із доходів від позареалізаційних операцій [108, с. 340]. Під час подання інформації про результати діяльності світові компанії оперують поняттям «revenue», що у перекладі означає дохід (виручка) [109, с. 11; 110, с. 6]. Річард Кох визначає «revenue» як загальну кількість грошових коштів, отриманих компанією упродовж року за відпущені споживачам товари або послуги, підкреслюють синонімічність поняття «revenue» з оборотом та застерігають від ототожнення з прибутком [111, с. 59].

Ураховуючи результати досліджень та ґрунтуючись на положеннях, проданих у праці [70, с. 26], відзначимо наступне. Під час визначення фінансових результатів ураховують поточні доходи підприємства, що фактично отримані за певний період часу. У цьому сенсі значущим є дотримання положень та стандартів щодо визнання доходів, що регулюється НП(С)БО 1 та Інструкцією № 291 «Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій» [105; 112]. З приводу прибутку, то під час його розрахунку використовують не лише дані про фактичні але й про майбутні доходи. Зокрема у роз'ясненні щодо терміну «revenue» (доходи, виручка) у роботі [111] відзначено, що це сума грошових коштів, отримана (або сума, яку передбачено отримати) компанією за поставлені товари або послуги, що відображені на її рахунках [111, с. 59].

Щодо витрат, то під час визначення прибутку або фінансового результату значущим є виділення зовнішніх та внутрішніх витрат, а також їх розподіл на поточні та капітальні. Розподіл витрат на зовнішні та внутрішні зумовлений різними власниками на ресурси. Зовнішні відображають витрати на оплату чужих ресурсів, внутрішні – на оплату власних, неоплачуваних, внутрішніх ресурсів. Внутрішні витрати відображають грошові платежі, які могли б бути отримані за ресурс, що перебуває у власності підприємства, за найкращого з можливих способів його застосування [70, с. 15].

Розподіл витрат на поточні та капітальні зумовлені різним часовим спрямуванням витрат. Поточні витрати пов'язані з рішеннями щодо функціонування підприємства, та являють собою виражені у грошовій формі витрати зі залучення та використання ресурсів (матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових). Капітальні витрати – відображають величину грошових коштів, що витрачені на придбання (модернізацію) об'єктів основних засобів. При цьому ремонт та обслуговування основних засобів відносяться на поточні витрати. Ураховуючи сутнісні характеристики прибутку, зокрема джерела його походження, під час його визначення використовують інформацію як про поточні так і капітальні витрати, що дозволяє визначити як прибуток поточного періоду так і у перспективі, за реалізації відповідного інвестиційного проекту.

Щодо урахування зовнішніх та внутрішніх витрат, то для визначення прибутку використовують інформацію про обидва види витрат, що дозволяє визначити відповідно бухгалтерський та економічний прибутки. На відміну від прибутку, під час розрахунку фінансових результатів використовують інформацію лише про поточні зовнішні витрати, реалізуючи при цьому один з принципів обліку, а саме принцип відповідності (matching), за якого для визначення фінансового результату є необхідним співвіднести доходи звітного періоду з витратами, завдяки яким ці доходи були одержані.

Окрім складу доходів та витрат особливістю визначення прибутку та фінансових результатів є різний ступінь ідентифікації елементів, що їх формують. Зокрема складові, від яких залежить прибуток не завжди можуть бути чітко ідентифіковані, особливо під час визначення економічного або нормального прибутку. На відміну від прибутку, складові фінансових результатів чітко ідентифікуються, ведеться їх облік, для їх визначення на рівні кожного суб'єкта господарювання існує база об'єктивних даних.

Наступне дискусійне питання, що розглянуто, пов'язано з особливостями формування фінансових результатів. З даного приводу відзначимо наступне. У праці [70, с. 35] зазначено, що «фінансові

результати... являють комплекс (систему) взаємозалежних стандартизованих показників, що формуються поетапно, як різниця між доходами та відповідними їм витратами за видами діяльності» [70, с. 35]. Погоджуючись із положенням, що фінансові результати є системою взаємозалежних показників, відзначимо, що визначення фінансових результатів за видами діяльності, як вказано у визначенні, відображає українські стандарти формування фінансових результатів. Разом із тим, фінансові результати можуть бути визначені й у інший спосіб. У розвиток даної тези відзначимо таке.

Як вказано вище у міжнародній практиці фінансовий результат визначається за балансовою моделлю або моделлю «витрати–випуск». В Україні під час визначення фінансового результату дотримуються моделі «витрати–випуск» та розраховують фінансові результати за порівняння відповідних доходів та витрат. З огляду на зазначене слід відмітити, що сама модель «витрати–випуск» має два основні варіанти визначення фінансових результатів, а саме за урахування характеру витрат, або витрат за функціями. Використання різних підходів до виділення витрат (за характером, або за функціями) дозволяє отримати різні показники фінансових результатів. Роз'яснення з приводу різних способів подання фінансових результатів підприємства представлено у МСБО 1. Зокрема у п. 99 означеного документа відзначено, що «суб'єкт господарювання повинен подавати аналіз витрат, визнаних у прибутку чи збитку, із застосуванням класифікації, яка базується на характері витрат або на їхній функції у суб'єкта господарювання, залежно від того, який аналіз забезпечує обґрунтовану та більш доречну інформацію» [113].

За урахування характеру витрати у звітності подаються за елементами (амортизація, транспортні витрати, придбання матеріалів, тощо). За дотримання поданого методу формування фінансових результатів відбуватиметься у наступній послідовності (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Послідовність визначення фінансових результатів за урахування характеру витрат (розроблено авторами)

№ з/п	Показник	Операція
1	Дохід від продажу	
2	Інший дохід	+
3	Зміни запасів готової продукції та незавершеного виробництва	+/-
4	Сировина та витратні матеріали	-
5	Витрати на виплати працівникам	-
6	Витрати на амортизацію	-
4	Інші витрати	-
8	Витрати разом	4+5+6+7
9	Прибуток до оподаткування	1+2+3-8

За другого способу подання інформації (за дотримання «функції витрат») витрати подаються відповідно до їх функцій, зокрема виділяються собівартість реалізації, витрати на збут, адміністративні витрати. Послідовність формування фінансових результатів за методом функції витрат подано у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Послідовність визначення фінансових результатів за урахування функції витрат (розроблено авторами)

№ з/п	Показник	Операція
1	Дохід від продажу	
2	Собівартість реалізації	-
3	Валовий прибуток	1-2
4	Інший дохід	+
5	Витрати на збут	-
6	Адміністративні витрати	-
7	Інші витрати	-
8	Прибуток до оподаткування	3+4-5-6-7

Згідно з МСБО1 у господарській діяльності може бути використаний як перший так і другий метод відображення фінансових результатів. Вимогою є лише достовірність та доречність застосування кожного з поданих способів представлення фінансових результатів у практичній діяльності [113].

Розглянемо визначення та відображення фінансових результатів за урахування діючих національних положень обліку фінансових результатів у звітності підприємств в Україні. Слід відзначити, що з 19 березня 2013 року

набрав чинності наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73, зареєстрований у Міністерстві юстиції 28.02.2013 р. за №336/22868. Ним затверджено національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Згідно із наказом юридичні особи, починаючи із звітності за I квартал 2013 року застосовують нові форми фінансової звітності. Для суб'єктів малого підприємництва і представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності національними положеннями (стандартами) встановлюється скорочена за показниками фінансова звітність у складі балансу і звіту про фінансові результати, форма і порядок складання яких визначаються положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва». Форма фінансової звітності, а отже і види фінансових результатів, що у ній відображені, у значній мірі залежать від форми власності підприємства та його розміру. На поточний момент фінансові результати підприємств знаходять відображення у наступних формах фінансової звітності (табл. 1.5).

З огляду мети, предмета та об'єкта дослідження у подальшому розглянуто формування фінансових результатів у підприємствах недержавного сектору. У результаті зроблено висновок, що під час подання інформації щодо фінансових результатів використовують як перший, так і другий підходи до їх формування. За урахування характеру витрат фінансові результати обчислюють суб'єкти малого підприємництва. Зокрема згідно з формою №2-м та №2-мс послідовно визначаються доходи та витрати підприємства, за результатами співвіднесення яких розраховують фінансовий результат до оподаткування та, урахувавши податок на прибуток, чистий прибуток (збиток). За урахування функцій витрат представлено формування фінансових результатів для всіх інших юридичних осіб.

Види фінансових результатів, визначені на основі співвіднесення доходів та витрат за характером витрат та видами діяльності, згідно з діючими формами фінансової звітності подано на рисунках 1.3 та 1.4.

Таблиця 1.5 – Перелік форм фінансової звітності для визначення фінансових результатів підприємств (розроблено автором)

№ з/п	Назва форми	Примітка
Для юридичних осіб усіх форм власності (крім банків та бюджетних установ), які зобов'язані подавати фінансову звітність згідно із законодавством		
1	Форма № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)»	Додаток 1 до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»
2	Форма № 2-к «Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)»	Додаток 2 до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»
Для суб'єктів малого підприємництва		
1	Форма № 2-м «Звіт про фінансові результати	Додаток 1 до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва»
2	Форма № 2-м (з додатковими рядками) «Звіт про фінансові результати	Додаток 1 до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва»
3	Форма № 2-мс «Звіт про фінансові результати»	Додаток 2 до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва»
Фінансова звітність у державному секторі		
1	Форма 2-дс «Звіт про фінансові результати»	Додаток 2 до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку в державному секторі 101 «Подання фінансової звітності»
2	Форма №2-кдс «Консолідований звіт про фінансові результати»	Додаток 2 до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку в державному секторі 102 «Консолідована фінансова звітність»

Фінансові результати як сукупність показників, що відображають результат співвідношення доходів та витрат представлено і у інших документах нормативного характеру, зокрема інструкції № 291 та Податковому Кодексі України [112; 114]. Зокрема за інструкцією № 291 рахунки доходів та витрат закриваються на рахунок 79 «Фінансові результати». Сальдо рахунку у разі його закриття списується на рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)». За діючих положень рахунок 79 «Фінансові результати» має такі субрахунки: 791 «Результат операційної діяльності», 792 «Результат фінансових операцій», 793 «Результат іншої звичайної діяльності», 794 «Результат надзвичайних подій».

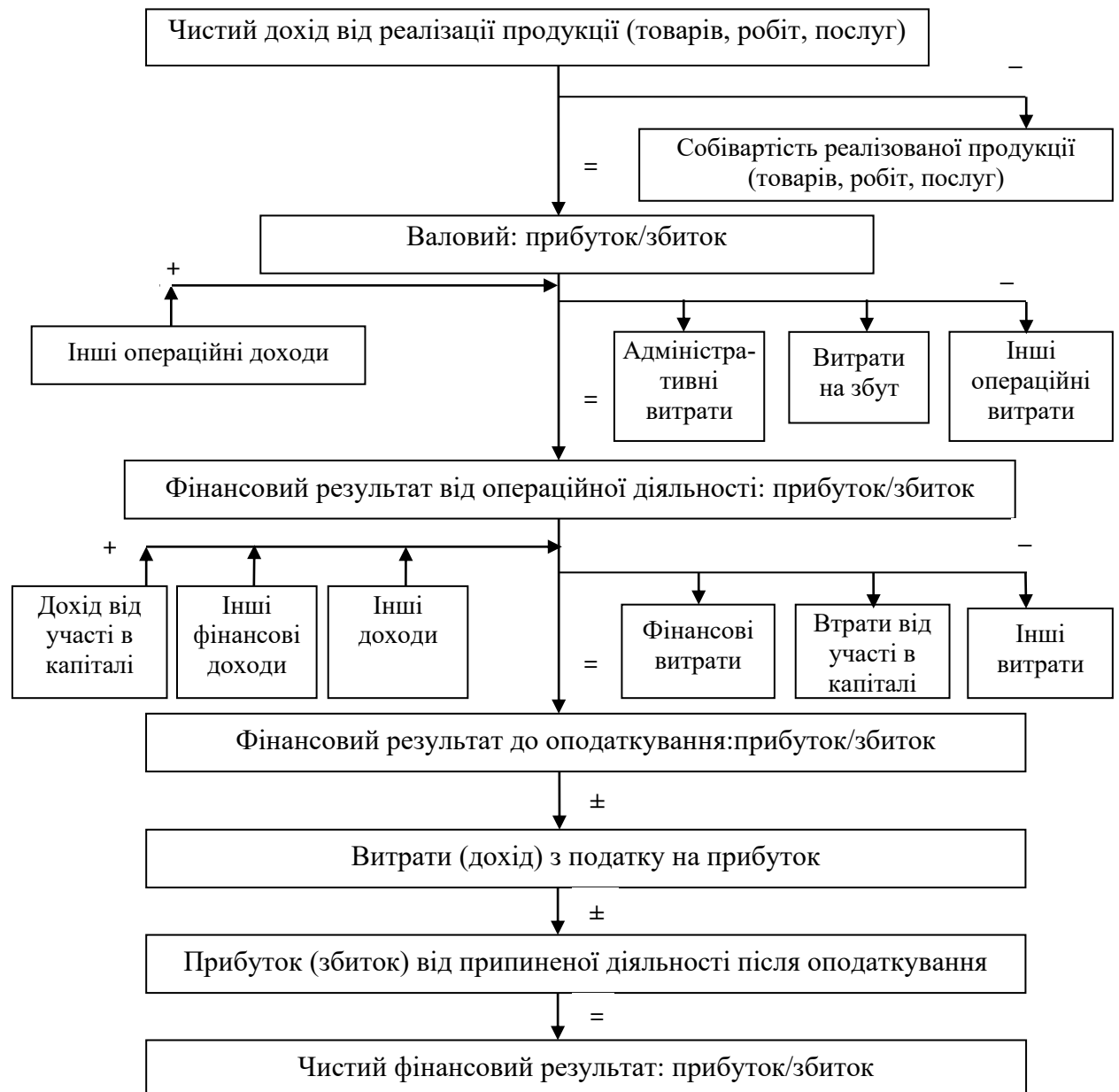


Рисунок 1.3 – Послідовність формування фінансових результатів за форми фінансової звітності № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» (розроблено авторами)

У Податковому Кодексі акцентовано увагу лише на фінансових результатах, що підлягають оподаткуванню, зокрема виділяють прибуток із джерелом походження з України і за її межами, та дохід (прибуток) нерезидента з джерелом походження з України, що підлягають оподаткуванню у відповідний спосіб [114].

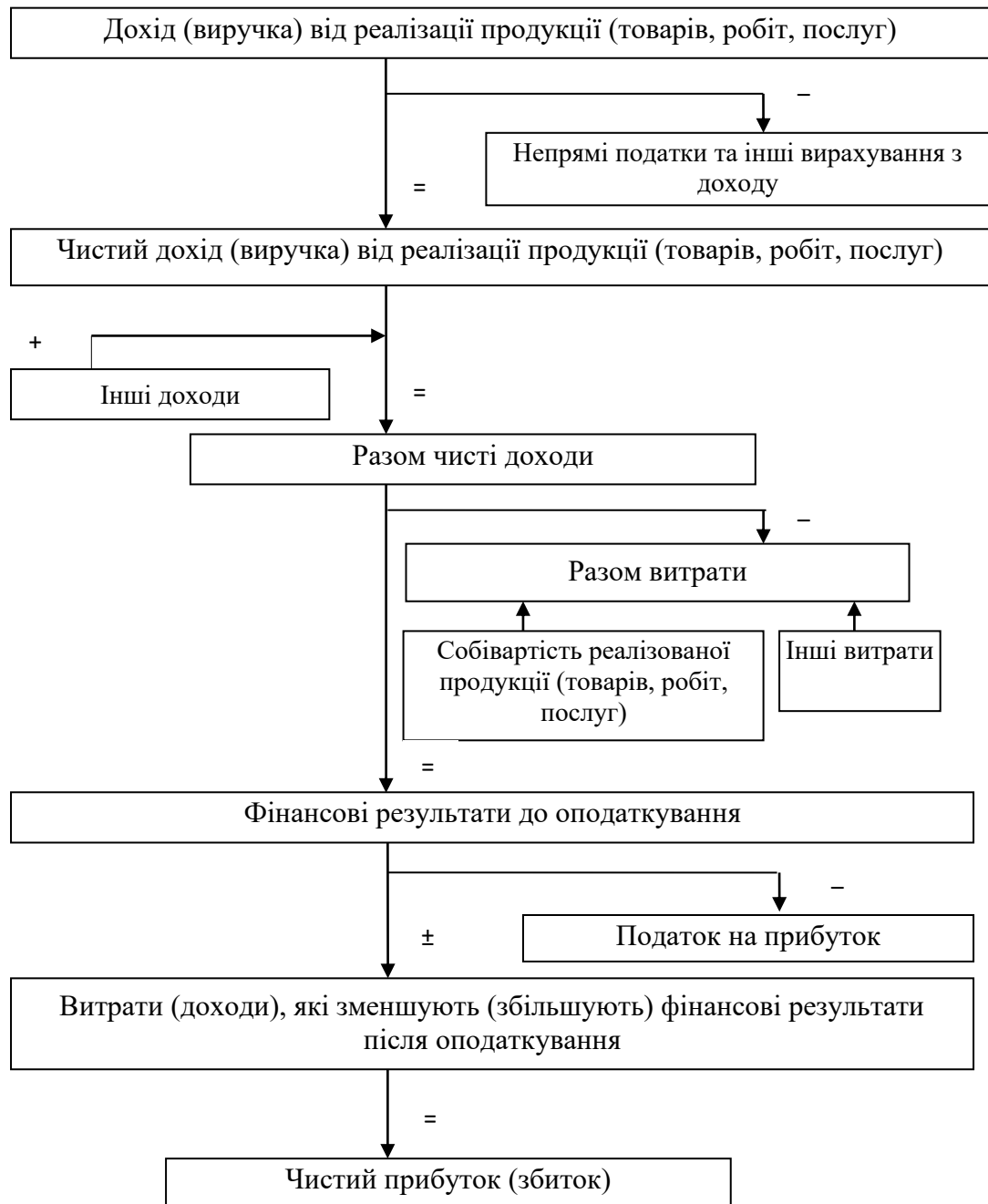


Рисунок 1.4 – Послідовність формування фінансових результатів за форми фінансової звітності № 2-мс «Звіт про фінансові результати» (розроблено авторами)

В узагальненому вигляді види фінансових результатів, що подаються у фінансовій звітності за НП(С)БО 1, НП(С)БО 2, за інструкцією № 291 та Податковим Кодексом наведено у таблиці 1.6.

Таблиця 1.6 – Види фінансових результатів підприємства за діючих положень щодо їх обліку та надання у фінансовій звітності

Види фінансових результатів підприємства			
за формами звітності		за Інструкцією № 291	за Податковим Кодексом України
ф. № 2, ф. № 2-к	ф. № 2-м, ф. № 2-м (з додатковими рядками), ф. № 2-мс		
валовий прибуток (збиток)	—	—	—
фінансовий резуль- тат від операційної діяльності (прибуток/збиток)	—	результат операційної діяльності	—
—	—	результат фінансових операцій	—
—	—	результат від іншої звичайної діяльності	—
—	—	результат надзвичайних подій	—
фінансовий результат до оподаткування (прибуток/збиток)	фінансовий результат до оподаткування	—	прибуток із джерелом походження з України та за її межами
		—	дохід (прибуток) нере- зидента, що підлягає оподаткуванню, з джерелом походження з України
прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	—	—	—
чистий фінансовий результат (прибуток, збиток)	чистий прибуток (збиток)	—	—

Як система показників фінансові результати становлять інтерес для численних зацікавлених осіб, а саме власників, менеджерів та робітників підприємства, постачальників, фінансових установ, держави [102].

Їх зацікавленість зумовлена участю (прямо або опосередковано) кожної з груп у діяльності підприємства. Зокрема участь власників (одноосібні власники, пайщики, акціонери) опосередковується через вкладення їх

власних коштів, менеджерів (топ-менеджери, менеджери середньої ланки) та робітники – застосування своїх знань, здібностей та навичок у діяльності підприємства, постачальників – надання сировинних та товарних ресурсів, фінансових установ – надання у тимчасове використання фінансових ресурсів, держави – забезпечення правових засад господарювання.

Ураховуючи зазначене фінансові результати підприємства можуть бути подано у розширеному вигляді, а саме за подання фінансових результатів:

а) згідно з формою фінансової звітності;

б) з додатковими, що отримані за співвідношення відповідних доходів та витрат.

Розширення переліку фінансових показників за використання фактичної інформації про доходи та витрати підприємства не є новим та у повній мірі відповідає загальним принципам подання інформації. Зокрема у МСБО 1 відзначено що метою підготовки фінансової звітності є «надання інформації про фінансовий стан, фінансові результати діяльності та грошові потоки суб'єкта господарювання, яка є корисною для широкого кола користувачів під час прийняття ними економічних рішень» [113].

Перелік показників фінансових результатів у розширеному вигляді наведено у працях І. Бланка, Н. Власової, Т. Момот, І. Мелушової, В. Савчука, С. Черьомушкіна та ін. Зокрема як додаткові показники, що можуть бути розраховані за даними фінансової звітності, автори виділяють такі: фінансовий результат від основної діяльності, фінансові результати від реалізації, фінансові результати від іншої операційної діяльності, фінансові результати від іншої звичайної діяльності, фінансові результати від надзвичайної діяльності (І. Бланк, Н. Власова, І. Мелушова), чистий операційний прибуток після сплати податків (NOPAT) (Т. Момот, В. Савчук, С. Черьомушкін), прибуток до сплати відсотків, вирахування амортизації основних засобів та нематеріальних активів (EBITDA) (Т. Момот, В. Савчук, С. Черьомушкін), нерозподілений прибуток (RE) (Н. Власова, І. Бланк, С. Черьомушкін) та ін. [9; 45; 70; 110; 115]. В узагальненому вигляді

розширений перелік показників фінансових результатів, що може бути визначений за даними фінансової звітності з огляду інтересів зацікавлених сторін, подано у таблиці 1.7.

Таблиця 1.7 – Види фінансових результатів з урахуванням послідовності формування та інтересів зацікавлених сторін (розроблено авторами)

Фінансовий результат	Методика розрахунку	Позначки	Група зацікавлених осіб
Валовий (прибуток/збиток) (ВП(З))	$ВП(З) = ЧД - С$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); С – собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	менеджери, робітники підприємства, кредитори
Фінансовий результат від реалізації (ФР _р)*	$ФР_p = ВП(З) - АВ - В_з$	АВ – адміністративні витрати; В _з – витрати на збут	менеджери підприємства, кредитори
Фінансовий результат від іншої операційної діяльності (ФР _{ін.оп.})*	$ФР_{ін.оп.} = Д_{ін.оп.} - В_{ін.оп.}$	Д _{ін.оп.} – інші операційні доходи; В _{ін.оп.} – інші операційні витрати	менеджери підприємства
Фінансовий результат від операційної діяльності (прибуток/збиток) (ФР _{оп.})	$ФР_{оп.} = ВП(З) + Д_{ін.оп.} - АВ - В_з + В_{ін.оп.}$		менеджери підприємства, кредитори
Фінансовий результат від операційної діяльності до сплати відсотків, податків, вирахування амортизації (ЕВІТДА)*	$ЕВІТДА = ФР_{оп.} + В_a$ $ЕВІТДА = ВП(З) + Д_{ін.оп.} - АВ - В_з + В_{ін.оп.} + В_a$	В _а – амортизація основних засобів та нематеріальних активів	менеджери, інвестори
Фінансовий результат від операційної діяльності після сплати податків (НОРАТ)*	$НОРАТ = ФР_{оп.} \times (1 - C_{пп})$	С _{пп} – ставка податку на прибуток, у частках	власники
Фінансовий результат від інвестиційної діяльності (ФР _{інвест.})*	$ФР_{інвест.} = Д_{інвест.} - В_{інвест.}$	Д _{інвест.} – дохід від участі у капіталі; В _{інвест.} – витрати від участі у капіталі	менеджери, власники підприємства

Продовження табл. 1.7

Фінансовий результат	Методика розрахунку	Позначки	Група зацікавлених осіб
Фінансовий результат від фінансової діяльності (ФР _{фін.})*	$ФР_{фін.} = Д_{фін.} - В_{фін.}$	Д _{фін.} – дохід від фінансової діяльності; В _{фін.} – витрати від фінансової діяльності	менеджери, власники підприємств
Фінансовий результат від іншої звичайної діяльності (ФР _{ін.зв.})*	$ФР_{ін.зв.} = Д_{ін.зв.} - В_{ін.зв.}$	Д _{ін.зв.} – дохід від іншої звичайної діяльності; В _{фін.} – витрати від іншої звичайної діяльності	менеджери, власники підприємств
Фінансовий результат від інших видів звичайної діяльності (ФР _{ін.})*	$ФР_{ін.} = Д_{інвест.} + Д_{фін.} + Д_{ін.зв.} - В_{інвест.} - В_{фін.} - В_{ін.зв.}$	–	менеджери, власники підприємств
Фінансовий результат до оподаткування (прибуток/збиток) (ФР _{д/оп})	$ФР_{д/оп} = ФР_{оп.} + Д_{інвест.} + Д_{фін.} + Д_{ін.зв.} - В_{інвест.} - В_{фін.} - В_{ін.зв.}$	–	менеджери підприємства, держава
Чистий фінансовий результат (прибуток/збиток) (ЧФР)	$ЧФР = ФР_{д/оп} \pm В(Д)_{пп} \pm П(З)_{дп/оп}$	В(Д) _{пп} – витрати (дохід) з податку на прибуток; П(З) _{дп/оп} – прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	менеджери, працівники, власники підприємства
Капіталізований прибуток (П _к)*	$П_k = ЧФР - ДВ$	ДВ – дивідендні виплати	менеджери, власники підприємства

Примітка. *– Фінансовий результат, який у формі № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» не представлений, проте може бути визначений за даними фінансової звітності

За форми № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» початковим показником для визначення фінансових результатів у подальшому є чистий дохід. Даний показник відображає величину виручки (доходу) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за вирахуванням наданих знижок, вартості повернутих раніше проданих товарів, податків і зборів [116; 118]. Чистий дохід за змістом відповідає показникові net revenues, що використовують для наведення та порівняння загальних

результатів діяльності господарюючих суб'єктів [117]. Різниця між чистим доходом та собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) дає показник валового прибутку або збитку (ВП(З)), залежно від того позитивний чи негативний результат отримано. У формах звітності світових компаній даний показник відповідає показникові gross profit [110; 117; 119].

У формалізованому вигляді валовий прибуток (збиток) розраховується як різниця між чистим доходом та собівартістю. Даний показник має особливість у торгівлі порівняно з підприємствами інших видів економічної діяльності. У підприємствах торгівлі згідно з діючими положеннями собівартість відображає не всі поточні витрати підприємства, а лише ті, що пов'язані із закупівлею товарів, а саме суми, що сплачуються згідно з договором постачальнику (продавцю) за вирахування непрямих податків; суми ввізного мита; суми непрямих податків у зв'язку з придбанням запасів, які не відшкодовуються підприємству; транспортно-заготівельні витрати; інші витрати, які безпосередньо пов'язані з придбанням запасів і доведенням їх до стану в якому вони придатні для використання у запланованих цілях [116; 120].

З огляду на зазначене, дотримуємось положення, що наведене у праці [70], за яким валовий прибуток для торговельного підприємства є не стільки прибутком, скільки доходом, що відбиває проміжний результат діяльності та за змістом відповідає такому показникові як маржинальний дохід [70, с. 31–32]. Ураховуючи наповнення чистого доходу та собівартості вважаємо, що у підприємствах торгівлі валовий дохід відображає загальний успіх (прибуток/збиток) діяльності з купівлі-продажу товарів, та, з огляду можливостей управління на основі моделі CVP (Cost–volume–profit), є предметом інтересу перш за все для менеджменту підприємства.

Виділення ключових показників та встановлення залежності витрат, обсягу реалізації та прибутку дозволяє визначити обсяги реалізації, що забезпечують беззбиткову діяльність, досягнення запланованої суми прибутку, а також визначити розмір можливого зниження обсягу реалізації за

несприятливої кон'юнктури [9, с. 188–200]. Окрім менеджерів у показникові валового (маржинального) доходу також зацікавлені власники підприємства та кредитори. За інших рівних умов чим більшою є величина маржинального доходу, тим більшою є вірогідність покриття постійних витрат, виконання зобов'язань перед фінансовими установами в частині сплати відсотків за кредитні ресурси та отримання позитивного кінцевого фінансового результату.

Наступний показник фінансових результатів, що виділено – фінансовий результат від реалізації (ФР_{р.}) – не знаходить відображення у формах фінансової звітності, проте може бути визначений на підставі даних, що у ній подано, а саме за вирахування від величини валового прибутку (збитку) адміністративних витрат та витрат на збут. Наведений показник відображає загальний результат основної діяльності торговельного підприємства – реалізації товарів, а його величина залежить не лише від ділової активності господарюючого суб'єкта, але успішності діяльності у внутрішньому середовищі, зокрема оптимізації торгово-технологічних процесів, логістичних потоків на підприємстві. Фінансовий результат від реалізації подібний до показників операційного прибутку (OI) (operating income) та прибутку (збитку) від продажів, що використовуються під час подання результатів діяльності підприємств у інших країнах [110; 121].

Інша операційна діяльність підприємства, як і будь-яка інша, супроводжується відповідними доходами та витратами. Інші операційні доходи пов'язані з доходами від операційної оренди активів, операційних курсових різниць, відшкодування раніше списаних активів, роялті, доходів від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій), необоротних активів, отриманих штрафів, пені та ін. У свою чергу у статті «Інші операційні витрати» відображають собівартість реалізованих запасів, втрати від операційних курсових різниць, визнані економічні санкції та ін. [116]. Різниця між іншими операційними доходами та витратами дає показник фінансового результату від іншої операційної діяльності (ФР_{ін..оп.}), який являє

інтерес, перш за все, для менеджменту підприємства, адже надає підстави для висновку щодо доцільності окремих господарських операцій (зокрема надання послуг з операційної оренди, реалізації активів), також свідчить про якість роботи з товарною масою на підприємстві (співвідношення між надходженнями та сплатою штрафів, пені за порушення умов контрактів, угод) та ін.

Загальний результат основної та іншої операційної діяльності знаходить відображення у фінансовому результаті від операційної діяльності (ФР_{оп.}). Даний показник є значущим як для менеджменту підприємства так і для кредиторів, адже свідчить про можливості підприємства щодо сплати відсотків за залучені кредитні ресурси. З огляду складу компонентів, які формують фінансовий результат від операційної діяльності, даний показник відповідає показникові EBIT (Earnings Before Interest and Taxes), який кредитні установи розглядають як основний під час прийняття рішення щодо надання позик.

Попри інформативну значущість показника EBIT науковці звертають увагу на те, що його високе значення ще не є гарантією позитивного грошового потоку від операційної діяльності, на що звертають увагу інвестори [115; 122–124]. Тому в практиці на додаток до поданого EBIT використовують показник EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization), який визначається шляхом додавання до EBIT величини амортизаційних відрахувань. У вітчизняній фінансовій звітності показник EBITDA не наведений, проте може бути визначений за урахування даних про фінансовий результат від операційної діяльності (розділ 1 ф. № 2) та величини амортизаційних витрат (розділ 3 ф. № 2) [105].

Затребуваність у розрахунках даного показника зростає за виходу підприємства на світові ринки. Міжнародні інвестори та рейтингові агентства під час оцінки діяльності господарюючого суб'єкта здебільшого використовують саме показник EBITDA. Як відзначають дослідники така затребуваність показника для компаній, що виходять на зовнішні фінансові

ринки, зумовлена особливостями обліку та умовами отримання (надання) кредитів, що не дозволяє під час обґрунтування інвестиційних рішень обрати в якості основних інші показники, зокрема такі як фінансовий результат від операційної діяльності, або чистий прибуток, розмір яких зумовлений саме особливостями обліку та відображення результатів у звітностях. За таких обставин проблема розбіжностей в обліку у різних країнах вирішується за використання показника EBITDA. І саме EBITDA та коефіцієнтів, що розраховані на його основі, стають основними під час прийняття рішень щодо інвестицій [110; 115; 119].

Наступний показник, що наведений до розгляду, (NOPAT) використовують як під час обґрунтування інвестиційних рішень так і для оцінки ефективності функціонування підприємства, тому він є значущим як для менеджерів підприємства, так і для його власників та потенційних інвесторів. NOPAT (Net Operating Profit After Tax) є штучним показником, який дослівно означає «чистий операційний прибуток після сплати податку». Як відзначають дослідники (В. Ковальов, С. Черьомушкін, Т. Момот) NOPAT призначений для того, щоб оцінити ефективність роботи компанії, дохід, що отриманий нею безпосередньо від операційної діяльності, а не від рішень із фінансування, або за рахунок податкового планування, фінансової та інвестиційної діяльності. Показник NOPAT використовують під час оцінки ефективності функціонування бізнесу на основі концепції економічної доданої цінності [115; 125-128]. Зокрема за низкою моделей [115; 126] NOPAT є вихідним у визначенні EVA, а саме:

$$EVA = NOPAT - Capital, \quad (1.1)$$

$$EVA = NOPAT - WACC \times CE, \quad (1.2)$$

$$EVA = \left(\frac{NOPAT}{CE} - WACC \right) \times CE, \quad (1.3)$$

де EVA (Economic Value Added) – економічна додана цінність;

Capital (Cost of Capital) – сукупна вартість капіталу компанії;

WACC (Weight Average Cost of Capital) – середньозважена вартість капіталу;

CE (Capital Employed) – інвестований капітал.

Використання NOPAT під час оцінки діяльності підприємства зумовлює необхідність визначення самого показника. З даного приводу відзначимо різні підходи до його визначення. В узагальненому вигляді NOPAT подають як різницю між фінансовим результатом від операційної діяльності (EBIT) або фінансовим результатом від основної діяльності (OI) та податковими відрахуваннями (T) [110]. Розрахунки здійснюються у наступний спосіб:

$$\text{NOPAT} = \text{EBIT} \times (1 - T), \quad (1.4)$$

$$\text{NOPAT} = \text{OI} \times (1 - T), \quad (1.5)$$

Вважаємо, що обидві моделі можуть бути використані за відповідного застереження, зокрема за відсутності інших доходів та витрат від операційної діяльності. У такому випадку величини EBIT та OI співпадатимуть, що зумовить отримання однакового за розміром NOPAT. У іншому випадку доцільним є використання показника EBIT, який є більш точним у визначенні фінансових результатів саме операційної діяльності, ніж OI, який визначає результат лише основної операційної діяльності. Іноді показник EBIT та величина податку на прибуток (T) у фінансових розрахунках підлягають коригуванню [110; 129]. Зокрема вихідна залежність для визначення NOPAT подається у такому вигляді:

$$\text{NOPAT} = \text{EBIT}_{\text{adj}} \times (1 - T_{\text{adj}}), \quad (1.6)$$

де EBIT_{adj} – прибуток від операційної діяльності до оподаткування з урахуванням коригувань на капіталізовані витрати з НДР, лізингу, методи списання запасів;

T_{adj} – фактична ефективна ставка податку, з урахуванням витрат, що відносяться на собівартість.

З приводу поданої моделі, визначено, що внесення коригувань є необхідним за умов, що фінансова та податкова звітність значно різняться, про що відзначено у праці [130]. За відсутності суттєвих розбіжностей для визначення NOPAT достатньо використати показник ЕВІТ та величину нарахованого податку на прибуток, що поданий у звітності. Саме такий підхід використано для представлення NOPAT у даній роботі (табл. 1.6).

Наступні показники відображають фінансові результати від інших видів звичайної діяльності, а саме – інвестиційної, фінансової та іншої звичайної. Інвестиційна діяльність господарюючого суб'єкта пов'язана з його участю у функціонуванні та розвитку асоційованих, дочірніх або спільних підприємств; фінансова – з фінансовими інвестиціями, інша – з операціями, які виникають у процесі господарської діяльності, проте не пов'язані з діяльностями, що подані вище.

Як і будь-яка інша кожна з поданих видів діяльностей супроводжується доходами та витратами. Інвестиційна діяльність – доходами, отриманими від інвестицій у асоційовані, дочірні або спільні підприємства та втратами від таких операцій; фінансова – доходами у вигляді дивідендів, відсотків від фінансових інвестицій та фінансовими витратами, що включають витрати на відсотки та інші, пов'язані із запозиченнями господарюючого суб'єкта; інша – доходами від реалізації фінансових інвестицій та витратами, що включають втрати від уцінки фінансових інвестицій та необоротних активів та ін., що не включені до доходів та витрат, поданих вище. Зіставлення відповідних доходів із витратами дозволяє визначити в межах окремого господарюючого суб'єкта фінансові результати від інвестиційної, фінансової та іншої звичайної діяльностей ($ФР_{інвест.}$, $ФР_{фін.}$, $ФР_{ін.}$ відповідно). Наведені показники становлять інтерес здебільшого для топ-менеджменту та власників підприємства в частині обґрунтування рішень щодо активізації або згортання діяльності господарюючого суб'єкта у визначеному напрямі.

На підставі інформації щодо фінансового результату від операційної діяльності та з урахуванням фінансових результатів від інших видів

звичайної діяльності визначають показник фінансового результату до оподаткування ($\text{ФР}_{\text{д/оп}}$). Даний показник є об'єктом оподаткування та становить інтерес як для менеджменту підприємства так і для держави. Визначення фінансового результату для менеджменту підприємства є значущим у частині оптимізації податкової політики господарюючого суб'єкта та оцінки ефективності окремих господарських операцій з точки зору їх кінцевого ефекту. Щодо держави, то податок на прибуток підприємств є одним із основних бюджетоутворюючих податків, що зумовлює інтерес не лише до податку на прибуток як такого, але й до бази оподаткування, якою є фінансовий результат до оподаткування.

Кінцевим фінансовим результатом діяльності підприємства є чистий фінансовий результат (ЧФР). Чистий фінансовий результат становить інтерес перш за все, для власників підприємства, адже за позитивного значення та достатнього розміру чистого прибутку зростає вірогідність отримання власниками доходу у вигляді дивідендів. Разом із тим, чистий прибуток є джерелом фінансових ресурсів для виробничого розвитку підприємства та реалізації проектів соціального, що зумовлює інтерес до даного показника не лише з боку власників, але й працівники та менеджери підприємства.

Чистий прибуток розподіляється за такими напрямками як виплата дивідендів власникам, спрямування прибутку до зареєстрованого капіталу та відрахування до резервного капіталу [105]. Залишок чистого прибутку становить величину нерозподіленого прибутку. Ураховуючи зазначене у межах підприємства у загальному вигляді можна виділити чистий прибуток, спрямований на споживання (виплату дивідендів) та капіталізований прибуток ($\text{П}_\text{к}$), який, у свою чергу можна навести у вигляді прибутку, що зарезервований (зокрема спрямований до зареєстрованого та резервного капіталів), а також реінвестованого прибутку, що відображається в обліку як нерозподілений прибуток та є джерелом для поповнення оборотних активів та реалізації інвестиційних проектів на підприємстві.

За результатами проведеного дослідження щодо завдань та цільових настанов моніторингу, сутності та напрямів управління фінансовими результатами діяльності підприємства визначено наступне. Моніторинг фінансових результатів підприємства – систематичне спостереження за формуванням та використанням фінансових результатів суб'єкта господарювання, що передбачає вимірювання і порівняння фактичних їх характеристик із базовими з метою розробки та реалізації заходів, спрямованих на досягнення цільових значень фінансових результатів у поточному періоді та довгостроковій перспективі.

1.3 Науково-методичні засади формування системи моніторингу фінансових результатів підприємств – суб'єктів ЗЕД

Розробка та реалізація в межах окремого господарюючого суб'єкта відповідної системи моніторингу є обов'язковою умовою прийняття обґрунтованих рішень щодо управління фінансовими результатами у торговельному підприємстві. За оглядом літератури зроблено висновок, що здебільшого дослідники звертають увагу на послідовність формування та особливості реалізації окремих етапів моніторингу. Разом із тим, висвітлено не в повній мірі. Розглянемо дане питання за дотримання базових положень системно-інтеграційного підходу в дослідженні економічних систем, за яким підприємство подається у вигляді об'єктних та процесних ресурсів, а також середовищних та проектних систем [131; 132]. Даний підхід обрано для дослідження, оскільки він дозволяє поєднати системний та процесний підходи до моніторингу та, на цій підставі, обґрунтувати послідовність та розкрити зміст основних етапів його формування.

Необхідними передумовами формування науково-обґрунтованої системи моніторингу фінансових результатів на підприємстві є виділення її основних компонентів, цільових настанов та інструментарію реалізації [3; 133–137].

Окремі аспекти елементного складу моніторингу як системи подано у публікаціях [8; 9; 35]. Зокрема Е. Петров та Є. Губаренко відзначають, що за мінімальної конфігурації моніторинг включає такі елементи, як інформаційну, аналітичну та оперативну системи [35]. Інформаційна система забезпечує регулярний збір інформації, її упорядкування та можливість доступу до неї визначених користувачів. У межах аналітичної забезпечується аналітична оцінка значень параметрів, що контролюються. Оперативна система призначена для обґрунтування рішень що відповідають цілям розвитку підприємства. Погоджуючись із необхідністю виділення інформаційної та аналітичної підсистем, вважаємо суперечливим включення до системи моніторингу оперативної підсистеми. Вважаємо, що моніторинг обмежується лише відслідковуванням визначених даних. Їх аналіз та прийняття рішень не входять до функцій моніторингу.

Галіцин В. пов'язує моніторинг зі стабільністю інформаційних потоків та зазначає, що система моніторингу формується за визначення споживачів, джерел, способів технічної реалізації та інших видів забезпечення [8, с. 8].

Розглядаючи передумови управління прибутком І. Бланк звертає увагу на особливості організаційного, інформаційного забезпечення управління прибутком, а також методів аналізу, планування та контролю за прибутком підприємства [9, с. 62–131]. За інших однакових умов, загальне забезпечення управління прибутком підприємством згідно І. Бланка може бути подано як сукупність інформаційного, організаційного та методичного забезпечення. Організаційна підсистема являє собою сукупність внутрішніх структурних підрозділів підприємства, що впливає на розподіл повноважень між рівнями управління та рух інформації за підрозділами. Інформаційна підсистема являє собою сукупність показників, окремі способи та методи обробки інформації – методичну підсистему управління прибутком підприємства. Поданий підхід у виділенні підсистем управління визначеним об'єктом є найбільш узагальнюючим та, за уточнення змісту окремих підсистем, прийнятний для визначення системи управління будь-яким об'єктом.

Дотримуючись логіки з визначення системи, яка подана у праці Б. Мізюка [133] та ґрунтуючись на матеріалі, щодо виділення складових моніторингу відзначимо, що управління будь-яким об'єктом, у тому числі й моніторинг фінансових результатів, реалізується за відповідної системи інформаційного, технічного, організаційного та методичного забезпечення. Інформаційна підсистема визначає джерела та характер інформації, що надходить; технічна – технічні засоби та програмне забезпечення з обробки інформації; методична – способи моделювання об'єкту моніторингу, порядок визначення показників; організаційна – особливості організаційної структури управління господарюючого суб'єкта, що зумовлює шляхи та швидкість просування інформації за внутрішніми комунікаційними каналами.

У визначенні суб'єкта та об'єкта моніторингу визначальним є орієнтація на користувача інформації. Як визначено раніше, з точки зору користувача виділяють моніторинг, орієнтований на суспільство в цілому, спеціалістів у визначеній області та моніторинг, що орієнтований на керівників окремих підприємств. Щодо фінансових результатів підприємств торгівлі, то основними користувачами інформації є зовнішні користувачі (інвестори, фінансові установи, органи державного управління тощо), а також керівники підприємств. Для зовнішніх користувачів інформація щодо фінансових результатів підприємства є висхідною під час оцінки фінансового стану підприємства, його інвестиційної привабливості, ефективності господарської діяльності тощо. Так як у даній роботі розглядаються питання формування системи моніторингу на підприємстві, акцентуємо увагу саме на даному питанні. Увага до фінансових результатів із боку окремого господарюючого суб'єкта зумовлена їх значущістю у розвитку підприємства. Позитивний фінансовий результат (прибуток) є основною метою діяльності господарюючого суб'єкта. З приводу значущості прибутку для підприємства І. Бланк визначає що це основний мотив підприємницької діяльності, критерій ефективності конкретної виробничої (операційної) діяльності, основне внутрішнє джерело формування фінансових ресурсів підприємства,

джерело збільшення його ринкової вартості та основа захисного механізму підприємства від загрози банкрутства [9, с. 15–19].

З точки зору суб'єкта моніторинг визначеного об'єкта може бути організований як власними силами, так і сторонньою організацією на умовах аутсорсингу. Зокрема на ринку пропонуються як послуги з організації так і результати моніторингу визначених сегментів ринку, конкурентної ситуації, виробництва, реалізації, споживання окремих товарів, товарних груп за регіонами, розвитку мережі підприємств за видами економічної діяльності тощо. Щодо фінансових результатів, то торговельне підприємство може скористатись послугами сторонніх організацій у частині організації конкурентного моніторингу, за виявлення своєї позиції у групі підприємств-конкурентів та пошуку зовнішніх резервів підвищення ефективності діяльності. Щодо даних управлінської інформації, то в цілях економічної безпеки господарюючого суб'єкта доступ до економічної інформації самих співробітників підприємства є обмеженим та визначається їх функціональними обов'язками. А отже, виявлення закономірностей розвитку, та пошук внутрішніх резервів підвищення ефективності діяльності господарюючого суб'єкта здійснюється внутрішніми службами господарюючого суб'єкта.

Визначимось щодо цільових настанов та напрямів моніторингу. З даного питання відзначимо наступне. Враховуючи значущість фінансового результату для підприємства важливим є ефективне управління ними. У загальному вигляді управління фінансовим результатом являє собою сукупність принципів та методів щодо формування та використання їх згідно з цільовими настановами розвитку підприємства. З огляду на зазначене в межах системи моніторингу фінансових результатів доцільним є виділення таких його напрямів як моніторинг формування та моніторинг використання фінансових результатів. Поданий підхід щодо виділення напрямів дослідження фінансових результатів наведено у працях І. Бланка, Н. Власової. Зокрема І. Бланк відзначає, що управління прибутком

передбачає розробку та реалізацію управлінських рішень за всіма основними аспектами її формування, розподілу, використання [9, с. 48]. Автори [70] хоча й акцентують увагу лише на процесі формування фінансових результатів, проте вказують на загальну інтегрованість даного процесу в систему управління підприємства та зв'язок цільових настанов формування фінансових результатів із основними стратегічними й тактичними цілями підприємства.

Узагальнюючи матеріал, що подано вище, зроблено висновок щодо сутності системи моніторингу фінансових результатів підприємства. А саме визначено таке: система моніторингу фінансових результатів підприємства – сукупність взаємопов'язаних елементів підсистем інформаційного, технічного, організаційного, методичного забезпечення, що застосовано на підприємстві для спостереження за фінансовими результатами з метою виявлення закономірностей їх формування та використання у поточному періоді та перспективі.

Так як моніторинг є однією з функцій управління, обґрунтовуючи напрями та інструменти регулювання визначеного об'єкта (процесу) автори приділяють увагу й питанню формування системи моніторингу [138–142]. У працях подано послідовність формування моніторингу конкурентного середовища (О. Тищенко), конкурентних переваг (А. Махота, К. Аветисян, Н. Міценко), фінансової конкурентоспроможності (Н. Педченко), прибутку та фінансової діяльності (І. Бланк), зовнішнього середовища (В. Вовк, В. Галіцин), фінансового стану (Л. Гут, Н. Галушко, В. Савчук) та фінансових ресурсів (Ю. Мороз) тощо [4; 8; 9; 19–21; 45; 51; 138–140].

Незважаючи на загальний напрям у дослідженнях (формування моніторингу визначеного об'єкта), автори мають різні думки з приводу сутності та завдань моніторингу, що, відповідно, призводить до різних підходів щодо формування інформаційної підсистеми, вирішення питань методичного та організаційного характеру, використання технічних засобів.

Зокрема за положень, що подано у працях І. Бланка, безвідносно об'єкта, формування моніторингу передбачає побудову системи інформаційних та узагальнюючих показників, вирішення питань щодо форм контрольних звітів та періоду моніторингу за кожним із показників, встановлення розмірів відхилень фактичних показників від встановлених стандартів, встановлення причин відхилень [9, с. 127]. Галіцин В. звертає увагу на загальні процеси, що відбуваються під час моніторингу. За думкою автора технологію моніторингу складають фази спостереження, оцінювання, прогнозування та вирішення з використанням відповідного інструментарію (методів системного та комплексного аналізу, обґрунтування управлінських рішень за умов невизначеності зовнішнього середовища) [8, с. 14].

У більш розширеному вигляді послідовність організації спостереження подано у працях [4; 6; 7; 19; 20; 138]. Як основні етапи даного процесу авторами [4] виділено наступні – підготовчі дії, систематичне спостереження, збір інформації, обробка та систематизація отриманої інформації, порівняння та виявлення відхилень, аналіз, оперативне прогнозування досліджених показників, інтерпретація отриманих даних та прийняття рішень. За незначної модифікації наведені етапи знайшли відображення і у праці Махоти А. Автор вводить додатковий етап, що пов'язаний із визначення об'єкта та суб'єкта моніторингу, а також змінює наповнення окремих етапів. Зокрема за думкою автора визначення переліку індикаторів входить до підготовчого етапу, збір та обробка інформації поєднані в одному етапі, оперативне прогнозування включає проведення багатомірного аналізу даних [138]. Семерунь Л. відзначає, що моніторинг фінансових результатів включає такі етапи як розробка системи індикаторів формування системи інформаційного забезпечення моніторингу, спостереження за показниками фінансових результатів, контроль повноти і ефективності реалізації управлінських рішень [134, с. 41–53].

Погоджуючись із загальною концепцією організації моніторингу, що подана у працях [4; 6; 7] відзначимо суперечливість включення до моніторингу етапів аналізу (з використанням методів системного, комплексного аналізу, а також експертних методів), про що зазначено у працях [4, с. 228; 6, с. 202–203; 138]. Також є сумнівним включення до моніторингу етапу ухвалення рішення на основі отриманих результатів, на яке звернуто увагу у працях [6, с. 193; 138]. Як відзначено раніше, моніторинг створює підґрунтя для аналізу. Аналіз та оцінка є окремим етапом у загальній системі управління визначеним об'єктом та є підґрунтям для прийняття управлінського рішення. Інша річ, що моніторинг є інтегрованим у систему управління визначеним об'єктом, що зумовлює необхідність подання інформації у спосіб найбільш прийнятний для аналізу та оцінки визначеного об'єкта.

У праці [20] перелік основних етапів моніторингу доповнено таким як «оцінка якості проведення моніторингу», включення якого є сумнівним із точки зору об'єкта оцінки. Вважаємо, що якість моніторингу доцільно оцінити в межах оцінки якості та ефективності системи управління визначеним об'єктом в цілому, а не розглядати даний етап як компоненту в процесі формування системи моніторингу.

Для визначення особливостей формування системи моніторингу розглянемо даний процес з огляду його циклічності. З даного приводу відзначимо наступне. Управління визначеним об'єктом, як процес, носить циклічний характер, у якому можна виділити три основних етапи: розробка (формування) системи управління визначеним об'єктом, реалізація даної системи, оцінка реалізації та коригування (за необхідності) вихідної системи управління. Циклічність притаманна й моніторингу (рис. 1.5).

Процеси формування, реалізації та оцінки системи моніторингу взаємопов'язані. Формування системи моніторингу є початковим у загальному циклі моніторингу визначеного об'єкта. Реалізація передбачає безпосередньо операції зі збору, обробки та оформлення звітності за

результатами спостереження. Циклічність є ознакою самого процесу моніторингу, адже передбачає збір та обробку інформації, а також підготовку звіту за результатами спостереження.

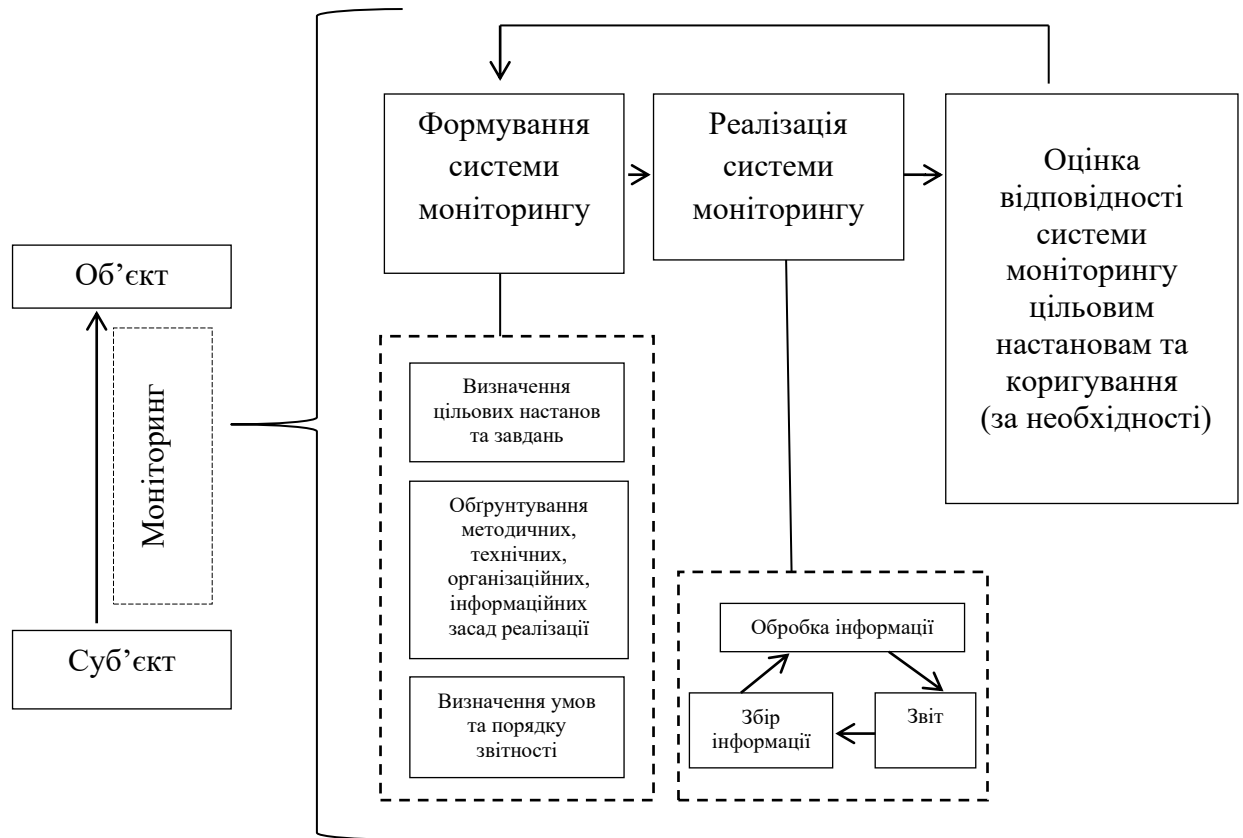


Рисунок 1.5 – Моніторинг як складова процесу управління на підприємстві (розроблено авторами)

З огляду ієрархічності показників звіт за моніторингом первинних показників є вихідною інформацією для побудови показників-індикаторів. Оцінка є завершальною у циклі моніторингу визначеного об'єкта. За низького рівня та невідповідності цільовим настановам система моніторингу підлягає коригуванню.

Узагальнюючи існуючі підходи щодо формування моніторингу визначеного об'єкта та ґрунтуючись на визначенні системи моніторингу, що подано вище, зроблено наступний висновок. Формування системи моніторингу – окремий етап у загальному циклі моніторингу визначеного

об'єкта, який передбачає послідовність дій щодо визначення цільових настанов та завдань моніторингу, обґрунтування методичних, технічних, організаційних та інформаційних засад його реалізації, а також визначення умов та порядку подання звітності за результатами моніторингу [143].

За урахування сутнісних характеристик моніторингу та фінансових результатів визначено змістовне наповнення процесу формування системи моніторингу фінансових результатів на підприємстві в цілому та за окремими фазами (рис. 1.6, Додаток Б).



Рисунок 1.6 – Послідовність та зміст формування системи моніторингу фінансових результатів на підприємствах – суб'єктах ЗЕД (розроблено авторами)

У загальному процесі формування системи моніторингу фінансових результатів виділено три основні блоки, в межах яких вирішуються питання:

- а) цільових настанов та завдань моніторингу;
- б) методичного, організаційного, технічного та інформаційного забезпечення процесу моніторингу;
- в) способів формалізації результатів моніторингу. Розглянемо дане питання докладніше.

Обґрунтування цільових настанов та завдань є важливим з точки зору формалізації об'єкта моніторингу. Мова йде про наступне. У загальній системі моніторингу фінансових результатів виділено два його напрями – формування та використання фінансових результатів.

У межах першого напрямку доцільним є використання моделі фінансових результатів, що передбачає співвідношення між витратами та доходами та ґрунтується на даних фінансової та управлінської звітності. Щодо використання, то у даному питанні важливим є не стільки напрями розподілу фінансових результатів, скільки результативність таких рішень, що знаходить відображення у показниках приросту власного капіталу та чистих активів.

З приводу цільових настанов слід відзначити, що враховуючи об'єкт, метою моніторингу фінансових результатів є виявлення закономірностей формування та використання фінансових ресурсів. Подана цільова настанова носить загальний характер та є підґрунтям для конкретизації завдань моніторингу, які можуть бути подані наступним чином: а) виявлення закономірностей формування та використання фінансових ресурсів за торговельним підприємством; б) виявлення небезпек у формуванні та використанні фінансових результатів глобального/локального характеру та способів їх нейтралізації; в) виявлення резервів підвищення обсягу фінансових результатів, покращення їх складу.

Відповідно до сформульованих завдань система моніторингу фінансових результатів у межах окремого підприємства може буде подана як

система базового та проблемного моніторингу. В межах базового моніторингу передбачено накопичення інформації щодо формування та використання фінансових ресурсів на підприємстві у цілому та у розрізі окремих напрямів (за видами діяльності, за підрозділами, за групами товарів тощо). В межах базового моніторингу передбачено організацію спостереження з метою попереднього виявлення небезпек та проблем у формуванні та використанні фінансових результатів в цілому по підприємству та пошуку способів їх нейтралізації.

За організації базового та проблемного моніторингу виявляються не лише проблеми, але й резерви зростання обсягу фінансових результатів у межах локального об'єкта так і в цілому по торговельному підприємству.

Основний етап формування системи моніторингу пов'язаний із вирішенням питань методичного, організаційного, інформаційного та технічного характеру. Щодо методичних засад, то в їх основі – конкретизація загальних моделей формування та використання фінансових результатів на підприємстві. У цьому сенсі слід виходити з можливостей побудови факторних та кореляційно-регресійних моделей фінансових результатів діяльності господарюючого суб'єкта. Факторні моделі найбільш прийнятні для вирішення завдань управління фінансовими результатами у поточному періоді. Подання фінансового результату у вигляді факторної моделі дозволяє визначити чинники, що вплинули на абсолютний розмір та динаміку фінансового результату, а також оцінити рівень впливу окремого чинника на загальний фінансовий результат. Значною перевагою факторної моделі є можливість деталізації вихідної моделі за рахунок розширення її показниками другого, третього та інших рівнів. Саме факторної моделі фінансових результатів дотримується І. Бланк, пропонуючи систему показників – індикаторів моніторингу чистого прибутку операційної діяльності господарюючого суб'єкта [9, с. 125]. На даному етапі важливим є урахування галузевих особливостей формування фінансових результатів. Зокрема для підприємств торгівлі фінансовий результат від операційної

діяльності може бути поданий у вигляді факторної моделі за урахування виду торгівлі, складу торгової послуги, груп товарів та інших ознак, специфічних для торговельної галузі.

Незважаючи на переваги факторної моделі не всі чинники, що впливають на фінансові результати, можуть бути досліджені у такий спосіб. Зокрема демографічні зміни, динаміка доходів населення та структурні зрушення у споживанні мають опосередкований вплив на фінансові результати підприємств торгівлі. З метою поглибленого аналізу чинників впливу на фінансові результати та під час прогнозування результатів діяльності доцільним є використання кореляційно-регресійних моделей. Моніторингом розробку моделей безпосередньо не передбачено. Разом із тим, результати оцінки типу та сили зв'язку між окремим чинником та фінансовим результатом є вихідними для розширення бази показників-індикаторів, що підлягають моніторингу в межах завдань моніторингу фінансових результатів підприємства.

Під час конкретизації моделі фінансового результату, що підлягає спостереженню, важливим також є урахування методичних засад реалізації моніторингу. Зокрема організація динамічного моніторингу ґрунтується на даних внутрішньої інформації підприємства та спрямована на виявлення змін результативної величини за періодами часу. Конкурентний моніторинг передбачає використання даних за підприємствами-конкурентами. Відсутність доступу до внутрішньої інформації не дозволяє в такому випадку скористатись моделями, що побудовані на засадах маржинального доходу, зокрема через відсутність про розподіл витрат підприємства на постійні та змінні. Об'єктом моніторингу в такому випадку стають не абсолютні, а відносні показники, показники динаміки, структури та відхилень.

Модель фінансового результату та загальні методичні засади моніторингу, що прийняті на підприємстві, є підґрунтям для визначення системи показників-індикаторів, що підлягають спостереженню. Щодо показників наведемо деякі підходи у вирішенні даного питання.

Бланк І. звертає увагу на необхідність виділення інформативних та узагальнюючих показників. Автор відзначає, що побудова аналітичних показників здійснюється на основі первинної інформаційної бази за використання відповідних алгоритмів, а результати розрахунків подаються у вигляді аналітичних абсолютних та відносних показників [9, с. 126]. Акцентуючи увагу на етапах формування системи вихідних та аналітичних показників, автор, не надає їх перелік та не наводить приклади такої системи, що викликає питання за практичної реалізації поданої послідовності.

Більш розгорнуто показники моніторингу розглянуто у праці [138]. Систему моніторингових індикаторів автор також подає як сукупність двох підсистем – первинної та аналітичної, проте у розрізі кожної з підсистем подає їх наповнення. Зокрема, з огляду об'єкта дослідження, як первинні індикатори конкурентних переваг автор виділяє фінансові та нефінансові показники, а у групі аналітичних індикаторів виділяє показники конкурентних переваг, конкурентної позиції та потенціалу банку щодо посилення існуючих та формування нових видів конкурентних переваг [138, с. 7].

В основі систематизації показників моніторингу, що подано у праці [51] – напрями аналізу фінансових ресурсів. Зокрема Ю. Мороз відзначає, що в основі моніторингу фінансових ресурсів повинні лежати показники, які характеризують їх величину, якісний стан, структуру, вартість та ефективність використання. Поданий підхід щодо систематизації показників для моніторингу є суперечливим. З точки зору ієрархії показники абсолютного розміру активів та пасивів по підприємству за періодами часу є вихідними для визначення показників якісного стану, вартості та ефективності використання фінансових ресурсів, на що автор уваги не звернув.

Для організації моніторингу фінансового стану торговельного підприємства авторами [21] рекомендовано виходити з групи показників

фінансової стійкості, ліквідності, ділової активності, рентабельності. Автори вказують на групи показників, проте не наводять їх перелік. Враховуючи можливість тісного зв'язку між окремими показниками вважаємо за необхідне їх конкретизацію та угруповання за рівнями пріоритетності, як це подано у праці І. Бланка [9, с. 125].

Вовк В. для підвищення ефективності та оперативності моніторингу зовнішнього середовища пропонує розподіл усіх чинників на чинники-стимулятори та чинники-дестимулятори [19]. Доцільність угруповання факторів за поданими ознаками в межах моніторингу є суперечливим. Розподіл факторів на стимулятори та дестимулятори є значущим під час моделювання процесу. Що стосується моніторингу визначеного об'єкта, то його динаміка у кожний окремий момент часу може бути зумовлена як чинниками-стимуляторами, так і чинниками-дестимуляторами, що свідчить про недоцільність угруповання чинників за виділеними ознаками.

За результатами критичної оцінки існуючих підходів та враховуючи цільові настанови, відзначимо наступне. Моніторингу підлягають як результативні показники, тобто показники фінансового результату, так і показники, що відображають чинники, що зумовили дані фінансові результати. Враховуючи зазначене, на рівні формування групи первинних показників є необхідним розподілення їх на фінансові та нефінансові, що зумовлено особливостями джерел інформації та способами її отримання [144].

Фінансовий результат, що є об'єктом моніторингу, сприймається як абсолютна величина. У такому вигляді він поданий у звітності підприємства. Разом із тим побудова на підставі первинної інформації низки відносних показників надає можливість поглибленого дослідження формування та використання фінансових результатів. Зокрема мова йде про показники динаміки, співвідношення фінансового результату до факторних показників (товарообороту, собівартості реалізованих товарів, витрат за видами діяльності, окремих елементів капіталу), а також показники відхилень

фактичних величин від цільових (планових, оптимальних, мінімальних/максимальних). Так показники динаміки (темпи змін за періодами часу) свідчать про активність процесів, що відбуваються в окремих сегментах ринку. Відносні показники, що побудовані за співвідношення результативного та факторних показників доповнюють показники ефекту показниками ефективності. Порівняно з показниками, що відображають абсолютний розмір фінансового результату показники ефективності є більш інформативними та прийнятними для моніторингу в конкурентній групі. Значущим у системі моніторингу є показники відхилень. Залежно від бази порівняння визначають відхилення від планової, максимально/мінімальної величини. Порівняння фактичної величини з плановою свідчить про наближення деякого процесу до оптимального, порівняння з максимальним/мінімальним значенням – дозволяє оцінити можливості маневрування у визначеному сегменті ринку, виду діяльності, товару тощо.

До переліку методичного забезпечення під час формування системи моніторингу включено також визначення умов для ідентифікації відхилень. Зокрема в літературі відзначають, що саме на підставі відхилень і приймаються в подальшому управлінські рішення. За незначних відхилень від планового показника передбачено збереження системи управління визначеним об'єктом без суттєвих змін. В іншому випадку – коригування діючої системи управління або зміна цільових показників. Такий сценарій реагування на результати моніторингу наведено у працях [9; 11; 17]. Погоджуючись із загальним підходом щодо ідентифікації відхилень відзначимо також низку питань методичного характеру, що виникають на даному етапі. По-перше, визначення «значні/незначні» відхилення фактичних показників від запланованих є якісним та потребує кількісного уточнення для кожного підприємства. По-друге оцінки потребує не лише розмір відхилень, але й їх стійкість протягом визначеного періоду часу. Першочергової уваги

потребують стійкі та значні відхилення фактичних показників від планових завдань.

Відмітимо також, що під час визначення відхилень значущим є база порівняння. Зокрема за порівняння фактичного та планового показників значущим є їх наближення. Саме на це і спрямовані в подальшому управлінські дії. У випадку, якщо здійснюється порівняння фактичного показника підприємства за показниками конкурентної групи, значущим є рівень розриву між фактичними показниками за окремим підприємством та підприємствами-конкурентами. І, на відміну від порівняння з плановим показником, метою управлінських дій може бути збереження такого розриву, якщо, наприклад підприємство є лідером у конкурентній групі за окремими, зокрема показниками прибутковості, темпами росту фінансових результатів, тощо.

Окрім методичного забезпечення організація моніторингу фінансових результатів потребує вирішення питань організаційного та технічного характеру, а також вибору джерел інформації.

Щодо організаційного забезпечення то основним завданням є підбір персоналу для проведення моніторингу. Моніторинг фінансових результатів входить до переліку завдань фінансово-економічних служб господарюючого суб'єкта. Разом із тим, інформація щодо чинників фінансових результатів формується у різних підрозділах господарюючого суб'єкта. Враховуючи зазначене, значущим у системі організаційного забезпечення моніторингу фінансового результатів є визначення відповідальних осіб за дану ланку роботи, як на рівні фінансово-економічної служби підприємства, так і на рівні окремого підрозділу, обґрунтування руху інформаційних потоків за підрозділами та встановлення періодичності подання інформації. Визначення відповідальних осіб, напрямів та взаємозв'язку інформаційних потоків здійснюється на кожному підприємстві в індивідуальному порядку та залежить від організаційної структури управління. Що стосується періодичності подання інформації, то терміни подання даних за

показниками-індикаторами визначається характером їх динаміки та фінансового стану самого господарюючого суб'єкта. За низького рівня платоспроможності увага до інформації щодо доходів та витрат підприємства зростає.

Відповідний рівень технічного та програмного забезпечення значно полегшує процес збору інформації та її упорядкування. Мізюк Б. зазначає, що «саме комплексна автоматизована обробка інформації забезпечує об'єднання в єдиний комплекс всіх технічних засобів обробки інформації з використанням найновішої технології, методології і різноманітних процедур» [145, с. 78]. В цьому сенсі є визначальним використання існуючих інформаційних продуктів, за адаптації їх згідно із особливостями підприємства, або розробка такого інформаційного продукту самостійно. Залежно від масштабів діяльності для організації моніторингу є можливим використання універсальних або спеціалізованих комп'ютерних програм. Вибір на користь поданих варіантів залежить від масштабів діяльності господарюючого суб'єкта та характеристик самого інформаційного продукту.

Модель фінансових результатів та методичні засади моніторингу визначають особливості інформаційного забезпечення даного процесу. Зокрема конкурентний моніторинг ґрунтується на даних підприємств-конкурентів, що обмежує масив вхідної інформації безпосередньо щодо фінансових результатів за періодом часу та складом інформації. Джерелом вихідної інформації в такому випадку є фінансова звітність підприємств-конкурентів, що забезпечує загальні інформаційні потреби користувача щодо обсягу, складу витрат та результатів діяльності господарюючого суб'єкта. Організація моніторингу фінансових результатів на підставі даних фінансової звітності має визначені переваги, адже фінансова звітність є стандартизованою формою подання результатів діяльності господарюючого суб'єкта. Критерії та вимоги щодо зв'язку показників у фінансовій звітності уніфіковані, що дозволяє організувати моніторинг результативності діяльності як за підприємствами визначеного ринкового сегмента, так і

порівняти прибутковість діяльності за підприємствами різних видів економічної діяльності. Такий моніторинг є доцільним у великих господарюючих суб'єктах, що являють собою об'єднання та групи підприємств. Незважаючи на переваги, що надає фінансова звітність (об'єктивність, уніфікованість інформації) її використання прийнятне за обґрунтування рішень щодо загальної стратегії господарюючого суб'єкта. Відзначимо також, що на додаток даних фінансової звітності за підприємствами–конкурентами рішення довгострокового характеру потребуватимуть також інформації загальноекономічного та галузевого характеру, а також щодо нормативно-правового регулювання визначеної сфери діяльності. Для управління фінансовими результатами в оперативному режимі об'єктом конкурентного моніторингу можуть бути окремі показники–індикатори, зокрема ціни реалізації та асортимент товарів по підприємствах–конкурентах. У такому випадку результати спостереження використовуються для оптимізації цінової та асортиментної політики торговельного підприємства та підвищення, на цій підставі, фінансових результатів діяльності у поточному періоді.

У межах окремого господарюючого суб'єкта джерелом для формування системи моніторингу є фінансова звітність, управлінська звітність, а також поточні та стратегічні бюджети господарюючого суб'єкта. Базовий динамічний моніторинг за показниками фінансової звітності відповідає завданню виявлення закономірностей у формуванні та використанні фінансових результатів на підприємстві. Моніторинг показників, що побудований за даними управлінської звітності та бюджетів спрямований на виявлення чинників динаміки фінансових результатів та обґрунтуванню заходів щодо оптимізації даного процесу.

Заключним етапом у загальній системі формування системи моніторингу фінансових результатів є формалізація його результатів. Як зазначено у праці І. Бланка, форма звіту повинна бути стандартизованою та містити інформацію щодо фактично досягнутого значення контрольованого

показника, розмір його відхилення від передбаченого, подання причин відхилень у цілому та за окремими компонентами, а також визначення осіб, відповідальних за невиконання планових показників [9].

Звіт, що підготовлений за відображення поданих складових відповідає функції контролю за виконанням планових завдань. Проте, завдання моніторингу, як підфункції контролю, є ширшими, зокрема не лише контроль за виконанням завдання, але й виявлення закономірностей формування та використання фінансових результатів, створення інформаційної бази для визначення чинників та резервів покращення фінансових результатів на підприємстві. Значущим також є період формування даних за показниками-індикаторами фінансових результатів. Так, за відповідного технічного забезпечення дані щодо обсягу реалізації за підрозділами та товарними групами, стану виконання договорів-поставки за товарами та у розрізі постачальників можуть бути визначені щоденно, разом з тим, інформація щодо цін на товари по підприємствах-конкурентах, поточні витрати за окремими підрозділами накопичується поступово, ефективність формування та використання фінансових результатів у порівнянні з підприємствами-конкурентами можна оцінити не частіше ніж щоквартально, що зумовлено особливостями подання фінансової звітності.

З огляду на зазначене вважаємо, що звіт за результатами моніторингу повинен мати комплексний характер та містити дані не лише для контролю, але й для прогнозування, з акцентом на способи покращення показника-індикатора. Щодо наповнення, то зміст звіту з моніторингу залежить від показників, що підлягають моніторингу упродовж визначеного періоду. Зокрема щоденно у розрізі товарних груп та підрозділів може подаватись звіт за маржинальним доходом (валовим прибутком/збитком). У забезпечення поданого звіту подекадно може подаватись звіт за результатами моніторингу показників-індикаторів другого та третього порядку (цін на окремі товари, обсягів надходження за окремими товарами та товарними групами), результатами проведення разової акції, тощо. Щомісячно доцільно

розглядати звіти щодо формування фінансових результатів у розрізі підрозділів та по підприємству загалом, щоквартально – формування фінансових результатів у розрізі підрозділів та за видами діяльностей; по завершенні року – результати формування та використання фінансових результатів по підприємству та порівняння їх з відповідними показниками у конкурентній групі.

На завершення відзначимо наступне. Наведена послідовність формування системи моніторингу фінансових результатів побудована за узагальнення існуючих підходів щодо організації моніторингу визначеного об'єкта, передбачає реалізацію загальних етапів спостереження (а саме – визначення показників-індикаторів, вирішення питань щодо формалізації результатів моніторингу, способів подання результатів), що свідчить про можливість інтеграції системи моніторингу, розробленої за поданої послідовності, до систему моніторингу більш високого порядку, зокрема моніторингу конкурентних переваг, фінансового стану підприємства, тощо. Разом із тим, конкретизація змістовного наповнення кожного з етапів, що вирізняє наведену послідовність від існуючих, дозволяє більш глибоко розібратись у механізмі формування системи моніторингу визначеного об'єкта, що надає можливості у практичній діяльності розробляти системи моніторингу фінансових результатів за різних умов методичного, організаційного, технічного та інформаційного забезпечення.

Проведені дослідження дозволяють зробити наступні висновки.

1. Вивчення наукових трактувань терміну «моніторинг» дало можливість дійти висновку, що моніторинг є підфункцією контролю. За результатами дослідження цільових настанов, завдань, періоду та способів реалізації моніторинг запропоновано визначати як систематичне спостереження, що реалізується в межах загальної системи управління визначеним об'єктом та передбачає вимірювання і порівняння фактичних його характеристик із базовими з метою розробки та реалізації заходів щодо

розвитку об'єкта управління як у поточному періоді так і довгостроковій перспективі.

2. Множинність класифікаційних ознак моніторингу зумовила необхідність їх упорядкування. За результатами критичного аналізу існуючих систем класифікації для угруповання видів моніторингу виділено наступні класифікаційні ознаки: сфера застосування, об'єкт та суб'єкт моніторингу, цільові настанови та методичні засади реалізації, орієнтація на користувача. На основі узагальнення видових проявів моніторингу розширено перелік його класифікаційних ознак, зокрема додатково виділено такі ознаки для класифікації як рівень організації та завдань управління, а також обов'язковість та стадія реалізації моніторингу.

3. Узагальнення світового та вітчизняного досвіду дозволило визначити сутність фінансових результатів підприємства, особливості їх визначення за різних систем обліку та відображення у звітності. Фінансові результати подано як результат бухгалтерської оцінки результатів діяльності підприємства, що відображають різницю між відповідними доходами та витратами поточної діяльності підприємства згідно із нормативними положеннями системи обліку. Ураховуючи сутність моніторингу, а також цільові настанови та напрями управління фінансовими результатами моніторинг фінансових результатів визначено як систематичне спостереження за формуванням та використанням фінансових результатів суб'єкта господарювання, що передбачає вимірювання і порівняння фактичних їх характеристик із базовими з метою розробки та реалізації заходів, спрямованих на досягнення цільових значень фінансових результатів у поточному періоді та довгостроковій перспективі.

4. З метою забезпечення ефективності моніторингу фінансові результати підприємства наведено з урахуванням послідовності їх формування та інтересів зацікавлених сторін. Як об'єкт моніторингу виділено такі види фінансових результатів як валовий прибуток (збиток), фінансовий результат від реалізації, іншої операційної діяльності,

операційної діяльності, EBITDA, NOPAT, фінансовий результат від інвестиційної, фінансової, іншої звичайної, інших видів звичайної діяльності, фінансовий результат до оподаткування, чистий фінансовий результат, капіталізований прибуток.

5. За результатами критичного аналізу існуючих науково-методичних напрацювань щодо організації моніторингу на підприємстві розроблено модель моніторингу фінансових результатів. Моніторинг фінансових результатів наведено як послідовність дій з визначення цільових настанов та завдань моніторингу, обґрунтування методичних, технічних, організаційних, інформаційних засад його реалізації та визначення умов і порядку звітності, з виокремленням основних напрямів роботи у межах кожного з виділених етапів.

Результати дослідження за даним розділом відображено у публікаціях [145 – 150].

2 ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ – СУБ'ЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1 Дослідження сучасних тенденцій розвитку світового сектору роздрібної торгівлі

Масштабні глобалізаційні виклики і нові вектори інтеграції національних економік у міжнародні економічні зв'язки зумовлюють фундаментальні перетворення у всіх сферах суспільного, соціального та економічного життя. Міжнародна торгівля як складна система життєзабезпечення людей, опосередкування товарно-грошового обміну і регулятору ринку знаходиться в епіцентрі таких перетворень. У зв'язку з цим об'єктивно виникає необхідність наукового осмислення процесів, які відбуваються безпосередньо в міжнародній торгівлі і в суміжних сферах, їх всебічного аналізу і обґрунтування сучасних тенденцій розвитку світового сектору роздрібної торгівлі.

Сьогоднішній стан галузі світової роздрібної торгівлі характеризується як гіперконкуренція, яка особливо загострилася в період світової кризи. Протягом останнього десятиліття рушійною силою світової економіки і, зокрема, галузі роздрібної торгівлі були рекордні темпи зростання споживчого попиту в США внаслідок сприятливих умов на американському ринку житлової нерухомості за рахунок залучення позикових коштів. Беручи до уваги здешевлення американської валюти, можна припустити, що в найближчому майбутньому зростання економіки США буде відбуватися в основному за рахунок експорту. В країнах Європи також спостерігається зростання споживчих витрат, поліпшення кредитних ринкових умов, зростання зайнятості та зниження рівня безробіття, що позитивно впливає на збільшення експорту. В інших країнах світу, зокрема в країнах Азії, складається протилежна ситуація.

Наприклад, в Китаї та Японії основним фактором економічного зростання є експорт. Однак протягом останніх років основне місце серед джерел економічного зростання займає споживчий попит внаслідок здешевлення імпорту в поєднанні зі зростанням доходів населення, що сприяє поступовому витісненню фактора збільшення експорту. Отже, з точки зору географічного розподілу зростання споживчого попиту, в майбутньому Америка поступиться своїми позиціями країнам Азії, що для найбільших світових компаній роздрібної торгівлі буде означати відкриття нових можливостей в азіатських країнах. Таким чином, розглянуті економічні зміни в світі, зокрема, уповільнення зростання розвинених ринків, пов'язане зі зниженням цін на нерухоме майно, безробіттям і спадом доходів і вартості накопичень, зменшення споживчих витрат у всіх роздрібних сегментах істотно впливають на діяльність світових роздрібних компаній. Це дозволяє виділити наступні тенденції їх розвитку в світовому секторі роздрібної торгівлі (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Тенденції розвитку світової роздрібної торгівлі (складено авторами)

Тенденції	Характеристика
1. Соціальна відповідальність	У розвинених країнах все більше уваги приділяється питанням впливу бізнесу на суспільство. З огляду на це, деякі споживачі готові заплатити вищу ціну за товари або послуги, при виробництві яких були дотримані принципи соціальної відповідальності. У ситуації, що склалася, роздрібні торгові компанії фактично можуть збільшити свою маржу прибутку, скориставшись перевагами соціально орієнтованого підходу. Уряди багатьох країн замінують покарання компаній за порушення природоохоронного законодавства податковими стимулами для їх переходу на екологічно безпечні технології.
2. Посилення процесу знеособлення товарів	Знеособлення товарів має місце, коли споживачі не бачать різниці між товарами, за винятком ціни. Завдяки підвищенню виробничої ефективності товари найвищої якості тепер можуть продаватися за низькими цінами. Це призводить до того, що між компаніями роздрібної торгівлі та їх постачальниками виникає жорстка цінова конкуренція, підтримувана за рахунок цінової політики товарів, які не є товарами широкого вжитку. Однак майбутнє за тими, хто зможе диференціювати свої товари не лише за ціною, але й за іншими ознаками, зокрема, нестандартними торговими форматами, методами роботи з покупцями, специфікою наповнення продуктового ряду, орієнтацією на нішеві ринки.

Продовження табл. 2.1

Тенденції	Характеристика
3. Розвиток роздрібних нішевих продажів	Останнім часом успіх на ринку роздрібно́ї торгівлі мають не стільки великі галузеві гіганти, орієнтовані на масовий ринок, скільки дрібні мережі з обмеженою цільовою аудиторією. До форматів вузькоспеціалізованої торгівлі можна віднести продажі заможним покупцям, готовим купувати органічні або генетично немодифіковані продукти; покупцям з низьким рівнем доходів, орієнтованим на покупку недорогих напівфабрикатів, або покупцям, які мають велику кількість вільного часу і схильні до здійснення покупок в жвавій атмосфері в місцях вуличної торгівлі. Інвестиції в такі нішеві ринки приведуть до подальшої диференціації купівельного досвіду в сфері роздрібно́ї торгівлі.
4. Інвестування роздрібних компаній в сферу послуг	Роздрібні компанії можуть успішно реалізовувати супутні послуги або користуватися популярністю власної торгової марки. Такими послугами можуть бути: технічне обслуговування товарів складної побутової електроніки (американська роздрібна компанія Best Buy); фінансові послуги, в т.ч. в режимі онлайн (роздрібна мережа з продажу продуктів харчування Tesco); послуги в сфері медичного обслуговування (найбільша в світі корпорація роздрібно́ї торгівлі Wal-Mart).
5. Підвищена увага до клієнтського досвіду	Одна з сучасних тенденцій світової роздрібно́ї торгівлі – поява нового типу споживача, який пред'являє індустрії нові вимоги внаслідок зростання рівня його освіченості та інформованості, високої чутливості до ціни. Для цього продавець виділяє ресурси на покращення клієнтського досвіду при здійсненні покупки в магазині з урахуванням таких елементів впливу на покупця як: внутрішнє планування магазину, вивіски, освітлення, обслуговування, простота та швидкість здійснення операцій, наявність в магазині потрібних товарів в потрібний час, створення приємної, інформативної, розважальної та легкої атмосфери при купівлі товару, централізоване касове обслуговування, візки для товарів, широкі проходи між рядами з добре помітними покажчиками.
6. Роздрібні компанії в ролі маркетологів світового рівня	Сьогодні деякі з найбільших роздрібних компаній світу проводять агресивну політику, спрямовану на переманювання провідних маркетологів у виробників товарів повсякденного попиту. Вони стали центрами впливу в області маркетингу, створили неповторний фірмовий стиль, успішно конкурують з іншими роздрібними компаніями та виробниками за рахунок продажу товарів під власною торговою маркою. Фактично власні торгові марки більше не є лише способом пропозиції низьких цін, вони стали важливим каналом просування торгової марки і підвищення маржі прибутку.
7. Цінова перевага брендированих товарів	Бренд має важливе значення для споживачів, оскільки він знижує ризик при покупці, забезпечує емоційний настрій та служить орієнтиром для клієнта. Покупець ідентифікує бренд з формою організації бізнесу, оточенням, співвідносить зі своїми очікуваннями і, як наслідок, готовий платити цінову надбавку за товари з відомою торговою маркою.
8. Багато-канальна інтеграція	Незважаючи на існуючі можливості розвитку методів інтегрованого багатоканального обслуговування покупців, на практиці лише небагатьом роздрібним магазинам вдається ними скористатися, в той час як більшість магазинів не інтегрує інтернет-бізнес з форматом роздрібно́ї торгівлі через мережу магазинів.

Продовження табл. 2.1

Тенденції	Характеристика
	Крім цього, традиційні магазини змушені конкурувати з компаніями, які реалізують товари поза магазинами, на частку яких припадає істотний обсяг роздрібного продажу через Інтернет. Вони використовують веб-сайти для створення бренду, залучення покупців в діалог і налагодження зворотного зв'язку для інформування клієнтів про проведення різних акцій.
9. Швидкі роздрібні продажі	Сучасні покупці характеризуються високою купівельною спроможністю, віддають перевагу швидкому реагуванню та негайному задоволенню своїх бажань. Роздрібна торгівля пропонує швидку реалізацію товарів, а саме: доставку останніх колекцій з подіумів в магазини в найкоротші терміни («швидка мода»); випуск лімітованої продукції і негайні розпродажі, що сприяють здійсненню швидких покупок; створення установ для швидкої доставки продукції і послуг на ринок, пунктів самообслуговування для уникнення черг. Роздрібні компанії використовують інноваційні способи підвищення якості обслуговування клієнтів за допомогою проведення рекламних кампаній в соціальних мережах, на фестивалях, модних показах і на інтерактивних дисплеях.

З огляду на зазначені тенденції галузі роздрібної торгівлі слід відзначити, що зростаючі потреби клієнтів продовжують зазнавати суттєвих перетворень та інновацій. Споживачі хочуть, щоб цифрові технології все активніше проникали в процес здійснення покупок в магазині. Модель «цифрової» поведінки споживачів і їх очікування змінюються швидше, ніж на них реагують роздрібні компанії, що призводить до появи «цифрової нерівності». У зв'язку з цим у кожній компанії повинні бути свої механізми та інструменти впровадження цифрових технологій.

Оскільки універсального цифрового формату, придатного для всіх покупців, не існує, їх цифрова поведінка залежить від персональних характеристик, таких як вік і рівень доходу, потреби в конкретному продукті тощо. Враховуючи це, роздрібні компанії пропонують безкоштовне підключення до Wi-Fi в своїх магазинах і зручний для використання на мобільних пристроях інтерфейс своїх веб-сайтів, оптимізований для різних типів персональних пристроїв. Канали та інструменти онлайн-продажів дають можливість розширити цільову аудиторію роздрібних клієнтів, збільшити виручку, підвищити рівень обслуговування клієнтів. При цьому

конфіденційність і безпека, довіра і прозорість, ступінь захисту інформації про клієнтів мають першорядне значення для утримання клієнтів.

Тенденції розвитку світового сектору роздрібної торгівлі визначають обсяг та структуру фінансових результатів провідних світових роздрібних компаній.

За даними звітів «Світові тенденції розвитку сектору роздрібної торгівлі» у 2015–2017 рр., підготовлених компанією Deloitte Touche Tohmatsu Limited разом з групою STORES Media, які використовують публічно доступні дані 250 найбільших світових ритейлерів щодо їх діяльності залежно від географічного регіону, первинного сектору виробництва продукції, активності електронної комерції та інших факторів, сектор роздрібної торгівлі демонструє зростання доходів.

Так, за 2013 р. виручка 250-ти найбільших світових компаній роздрібної торгівлі становила 4,4 трлн. дол. США, що вище за показник попереднього року на 4,1% (у 2012 р. цей показник складав 4,9%) [151, с. 19]. При цьому середній розмір частки кожної компанії склав більше 17,4 млрд. дол. США. Біля 80% компаній, включених в дослідження в 2013 р. (199 з 250 компаній), зафіксували зростання роздрібної виручки [151, с. 19].

У 2014 р. сукупна виручка 250-ти найбільших торговельних роздрібних компаній світу становила 4,5 трлн. дол. США, що відображає стійке зростання – 4,3% порівняно з 2013 р. Біля 90% компаній, включених в дослідження в 2014 р. зафіксували зростання роздрібної виручки, проте майже половина (93 компанії) отримали більш низький рівень доходу [152, с. 21].

Слід зазначити, що у 2015 р. був проведений аналіз фінансових результатів 157 компаній зі списку 250-ти найбільших світових компаній роздрібної торгівлі, що пояснюється наявністю фінансових проблем у частини компаній в результаті значних коливань валютних курсів. Виручка найбільших світових компаній роздрібної торгівлі становила 4,3 трлн. дол.

США, що в середньому вище за показник попереднього року на 5,2%, розмір частки кожної компанії склав 17,2 млрд. дол. США [153, с. 4].

Слід зазначити, що серед 250-ти торговельних роздрібних компаній світу, представлених у звітах компанії Deloitte, найбільші показники фінансових результатів згруповані у топ-10 торговельних компаній, серед яких компанії Metro, Target, Walgreens Boots Alliance, Amazon протягом 2013-2015 рр. змінювали свої позиції в рейтингу (табл. 2.2). Серед 10 найбільших компаній роздрібної торгівлі – п'ять базуються в США і п'ять – зі штаб-квартирою в Європі.

Таблиця 2.2 – Доходи від роздрібної торгівлі найбільших торговельних компаній світу за 2013–2015 рр. (розраховано за даними [151–153])

Компанія	Країна базування	Виручка, млн. дол. США			Відхилення, %	
		2013 р.	2014 р.	2015 р.	2014р./ 2013р.	2015р./ 2014р.
1. Wal-Mart Stores Inc.	US	476,294	485,651	482,130	102,0	99,3
2. Costco Wholesale Corporation	US	105,156	112,640	116,199	107,1	103,2
3. The Kroger Co.	US	98,375	108,465	109,830	110,3	101,3
4. Schwarz Unternehmens Treuhand KG	Germany	98,662	102,694	94,448	104,1	92,0
5. Tesco PLC	UK	98,631	99,713	81,019	101,1	81,3
6. Metro Ag	Germany	86,393	85,570	-	99,0	-
7. Carrefour S.A.	France	98,688	98,497	84,856	99,8	86,2
8. Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG	Germany	81,090	86,470	82,164	106,6	95,0
9. The Home Depot Inc.	US	78,812	83,176	88,519	105,5	106,4
10. Target Corporation	US	72,596	-	-	-	-
11. Walgreens Boots Alliance, Inc. (formerly Walgreen Co.)	US	-	76,392	89,631	-	117,3
12. Amazon.com, Inc.	US	-	-	79,268	-	-
Всього:		1294,698	1339,267	1308,065	103,4	97,7

Незмінні лідируючі позиції за обсягом доходу від роздрібної торгівлі протягом 2013–2015 рр. займають такі ведучі компанії, як Wal-Mart, Costco, Kroger, Schwarz.

Wal-Mart залишає свою домінуючу позицію в світі найбільшого рітейлера. Його дохід у 2015 р. дещо знизився в зв'язку з несприятливими коливаннями валютного курсу, а також закриттям деяких магазинів (Walmart Express) [153, с. 17].

Стійке зростання продажів спостерігається у 4-х серед 12-ти досліджуваних компаній роздрібної торгівлі, а саме: Costco (темпи приросту у 2014 р. 7,1%, у 2015 р. – 3,2%), Kroger (темпи приросту у 2014 р. 10,3%, у 2015 р. – 1,3%), Home Depot (темпи приросту у 2014 р. 5,5%, у 2015 р. – 6,4%), Walgreens Boots Alliance (темпи приросту у 2015 р. 17,3%).

Зниження рівня доходів від роздрібної торгівлі за аналізований період простежується у 5-ти серед 12-ти досліджуваних компаній роздрібної торгівлі – Wal-Mart (темпи зниження у 2015 р. 0,7%), Schwarz (темпи зниження у 2015 р. 8,0%), Tesco (темпи зниження у 2015 р. 18,7%), Carrefour (темпи зниження у 2014 р. 0,2%, у 2015 р. – 13,8%), Aldi (темпи зниження у 2015 р. 5,0%).

Компанія Metro, незважаючи на 2,5% зниження торговельних операцій у 2013 р., займала сьоме місце за величиною річної продажів у світі. У зв'язку зі зміною Metro фінансового 2014 року їх звітні дані включали 9-місячний період, що не дозволяло співставити їх з фінансовими показниками інших компаній. У 2015 р. рейтинг компанії Metro знизився до 13 місця серед топ-250 світового рітейлу. Це відбулося з причини прискорення процесу трансформації компанії за рахунок продажу Galeria Kaufhof в Bay Company у вересні 2015 р. У березні 2016 р. компанія оголосила про розподіл на дві публічні компанії, одна з яких зосередиться на реалізації побутової електроніки, а інша – на оптовій реалізації продуктів харчування [153, с. 17].

Компанія Target була включена в топ-10 вперше в 2012 р., зберегла свою позицію у 2013 р. та спустилася в рейтингу на 11 місце у 2014-2015 рр.

Компанія Walgreen збільшила капіталізацію, придбавши в серпні 2014р. 45% відсотків групи компаній Alliance Boots, а решту 55% – в грудні 2014 р. У жовтні 2015 р. Walgreens Boots Alliance завершила другий етап

двоступеневого злиття, придбавши компанію-конкурента Rite Aid. Нова глобальна компанія роздрібної торгівлі в даний час є п'ятою за величиною в світі [153, с. 14].

Компанія Amazon приєдналася до топ-10 у 2015 р., збільшивши асортимент інноваційних програмних продуктів і послуг [153, с. 15].

За 2013–2015 рр. майже одна третина від загального розміру роздрібної виручки 10-ти найбільших компаній надходить від закордонних операцій, в той час як інші компанії топ-250 роздрібних торговців отримали близько однієї чверті від іноземних операцій у загальному розмірі роздрібної виручки (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Доходи роздрібної торгівлі від іноземних операцій найбільших торговельних компаній світу за 2013–2015 рр. (розраховано за даними [151–153])

Компанія	Країни оперування	Доходи роздрібної торгівлі від іноземних операцій, %			Відхилення, %	
		2013 р.	2014 р.	2015 р.	2014р./2013р.	2015р./2014р.
1. Wal-Mart Stores, Inc.	30	28,9	28,3	25,8	97,9	91,2
2. Costco Wholesale Corporation	10	28,2	28,6	27,4	101,4	95,8
3. The Kroger Co.	1	0,0	0,0	0,0	-	-
4. Schwarz Unternehmens Treuhand KG	26	58,2	59,2	61,3	101,7	103,5
5. Tesco PLC	10	32,3	30,0	19,1	92,9	63,7
6. Metro Ag	32	62,3	59,3	59,3	95,2	100,0
7. Carrefour S.A.	35	52,7	52,7	52,9	100,0	100,4
8. Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG	17	59,2	57,1	66,2	96,5	115,9
9. The Home Depot Inc.	4	10,8	10,2	9,0	94,4	88,2
10. Target Corporation	2	1,8	-	-	-	-
11. Walgreens Boots Alliance, Inc. (former-ly Walgreen Co.)	10	-	1,5	9,7	-	646,7
12. Amazon.com, Inc.	14	-	-	38,0	-	-
Всього:		32,5	31,5	28,7	96,9	91,1

Чотири з найбільших в світі компаній роздрібної торгівлі здійснюють більшість продажів саме на зовнішніх ринках, зокрема: Schwarz (61,3 % у

2015 р.) Carrefour (52,9 % у 2015 р.), Aldi (66,2 % у 2015 р.) і Metro (59,3 % у 2015 р.) [151, с. 20; 152, с. 23; 153, с. 14-15]. Темпи приросту їх доходів від іноземних операцій у 2015 р. відповідно складають: 3,5%; 0,4%; 15,9%.

З кінця 2014 р. компанія Metro мала найбільшу кількість підрозділів за кордоном (в Данії, Греції, В'єтнамі) [153, с. 15].

Компанія Kroger була єдиним оператором в одній країні серед топ-10 рітейлерів за 2013-2015 рр.

З 250-ти компаній роздрібної торгівлі світового рівня в Україні представлені Metro AG, Groupe Aushan, Inditex, Marks and Spencer, GAP, PPR Group, Groupe Adeo [153]. Україна, хоча й не входить до 10-ки найбільш привабливих країн для світового рітейлу, проте залишається інвестиційно привабливою. У 2010 р. на українському ринку почала працювати німецька компанія Praktiker AG. У 2013 р. вийшов на український ринок польський оператор Resman [154]. Окрім відомих світових на українському ринку представлені та розвиваються мережі національних операторів роздрібної торгівлі, зокрема ГК Фоззі, АТБ-маркет, ГК Фуршет, Епіцентр, Comfy та ін.

Таким чином, сучасне економічне середовище для компаній роздрібної торгівлі характеризується впливом різних факторів, а саме: повільним економічним зростанням в основних розвинених країнах, високим рівнем боргу в країнах, що розвиваються, проблемними кредитними ринками та погіршенням демографічної ситуації в багатьох країнах. Така ситуація характерна не для всіх регіонів світу: в той час, як рітейлери з Північної Америки, Африки і Близького Сходу відзначають зростання виручки, компанії в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, Європі та Латинській Америці переживають спад темпів зростання. З огляду на це у світовому секторі роздрібної торгівлі відбувається загострення конкурентної боротьби серед:

- 1) торговельних форматів (наприклад, протиборство магазинів самообслуговування і застарілих форматів, таких як гастрономи);

2) галузей (фірмові магазини виробника проти власної торгової марки рітейлера);

3) нових ринків (американські роздрібні корпорації активні в Західній Європі, європейські – в країнах Східної Європи).

Зазначені тенденції розвитку світового сектору роздрібної торгівлі визначають діяльність торговельних роздрібних компаній світу в нових умовах «цифрової нерівності», коли поведінка споживачів і їх очікування змінюються швидше, ніж на них реагують роздрібні компанії. Вирішення цих проблем потребує аналізу впливу сучасних цифрових технологій на роздрібну торгівлю й розробки бізнес-стратегій діяльності компаній на світовому ринку.

2.2 Порівняльний аналіз розвитку роздрібної торгівлі в Україні та країнах Європи

Особливостями сучасного розвитку роздрібної торгівлі (рітейлу) в країнах Європейського Союзу (ЄС) є глибокі структурні трансформації, спрямовані на підвищення рівня соціально-економічної ефективності її функціонування та конкурентоспроможності. З початку XXI ст. роздрібна торгівля в Україні також зазнала значних змін, зокрема на місце традиційних гастрономів і універмагів прийшли сучасні формати торгівлі, а застарілі торговельні точки, що продовжують функціонувати, приходять до ідеї модифікації методів роботи або закриваються як неефективні та поглинаються успішнішими конкурентами. Глобалізація товарних ринків, посилення міжнародної конкуренції, інтернаціоналізація та ускладнення функцій вітчизняної роздрібної торгівлі об'єктивно зумовлюють необхідність структурних трансформацій в системі роздрібної торгівлі України.

Безпосередня близькість до ринків країн ЄС, а також визнання євроінтеграційного напрямку як пріоритетного у зовнішній політиці нашої держави актуалізує необхідність визначення основних тенденцій розвитку та

впливу європейського ринку роздрібної торгівлі на вітчизняний торговельний простір.

Торгівля відрізняється від інших галузей економіки своїми функціями та місцем у системі відтворення, оскільки забезпечує збалансованість виробництва та споживання, матеріальний і культурний рівні споживачів, підтримку вітчизняних товаровиробників. Різні аспекти трансформаційних процесів у сфері роздрібної торгівлі знайшли відображення в численних наукових публікаціях. Роботи зарубіжних вчених: Б. Вейтца, Т. Кента, Д. Даусона, Дж. Еванса, М. Краффта, М. Леві, К. Мура, В. Тейлора присвячені, головним чином, теоретичним концепціям розвитку, організації та управління в сфері торгівлі. Вітчизняні вчені: В. Апопій, О. Азарян, І. Бланк, П. Балабан, О. Іляш, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, Б. Мізюк, І. Міщук, Н. Власова, М. Чорна та ін. зосередили свою увагу переважно на методологічних підходах соціально-економічного розвитку торгівлі та її трансформації до умов ринкових відносин [155–159].

Надаючи належне існуючим розробкам, відзначимо, що в організації як європейської, так і вітчизняної роздрібної торгівлі залишається чимало проблем, які потребують дослідження. Однією з таких проблем є необхідність виявлення та розробка заходів щодо подолання структурних диспропорцій у сфері роздрібної торгівлі різних країн світу.

Порівняння стану розвитку ринку вітчизняної роздрібної торгівлі та країн ЄС дає змогу визначити наявність спільних і відмінних тенденцій, реальні стратегічні орієнтири для подальшого зростання цієї галузі.

Провідні ритейлери створили європейську модель роздрібної торгівлі та дистрибуції, яка зорієнтована насамперед на інтернаціоналізацію діяльності компаній, а не на внутрішній ринок. Крім того європейська модель обертається не навколо ланцюга постачань, а навколо інтегрованого ланцюга попиту, основою якого є ринкова новація, а не копіювання.

У своєму розвитку європейський ринок роздрібної торгівлі пройшов три етапи (табл. 2.4). Важливе значення в організації торгівлі в Європі має

монополія основних операторів на території країни, що свідчить про концентрацію мережі, єдиний стиль управління і технології в обслуговуванні населення, можливості застосування інновацій в торгівлі.

Таблиця 2.4 – Характеристика етапів розвитку європейського ринку роздрібної торгівлі (складено за [155, с. 47–64])

Етап	Характеристика
Перший етап – перебудова ринку	Відбулася перебудова організаційної і фізичної структури ритейлу під впливом тенденцій, характерних для роздрібної торгівлі США. В цей час у Європі розпочали роботу кілька американських компаній.
Другий етап – формування спільного ринку роздрібної торгівлі країн ЄС	Роздрібні ринки європейських країн почали консолідуватися, у зв'язку зі зростанням споживчого попиту почали створюватися нові формати торгівлі. У 70–80-х рр. XX ст. з'явилися одноповерхові магазини самообслуговування на околицях великих міст – це були перші гіпермаркети, де продавали товари широкого вжитку, які згодом стали більш вузькоспеціалізованими (гіпермаркети продовольчих товарів, DIY– товарів, іграшок, електроніки, меблів, тощо);
Третій етап – формування нових функцій роздрібних продавців	На цьому етапі роздрібні торговці стали провідними гравцями в економіці європейських країн. Так, Metro, Carrefour та Tesco за обсягами ринкової капіталізації входять до двадцятки найбільших компаній Німеччини, Франції та Великобританії. За обсягами продажу такі європейські ритейлери, як Carrefour S.A., Tesco PLC, Metro AG, Schwarz Unternehmens Treuhand KG, Aldi Einkauf GmbH&Co.oHG увійшли до переліку десяти найбільших ритейлерів світу.

На відміну від європейського ринку характерними особливостями трансформаційних змін, які відбуваються у сфері роздрібної торгівлі України, є зміни у структурі роздрібного товарообігу, поява нових сучасних структур підприємницької діяльності, зміни в соціальних форматах торгівлі та процеси її інтеграції. У своєму розвитку ринок роздрібної торгівлі України також пройшов декілька етапів (табл. 2.5).

Світові тенденції у роздрібній торгівлі формують особливості розвитку сфери роздрібної торгівлі країн світу. Так, на сьогоднішній день для спільного ринку роздрібної торгівлі країн ЄС характерні тенденції, що відображають природу їх змін на сучасному етапі (табл. 2.6).

Таблиця 2.5 – Характеристика етапів розвитку українського ринку роздрібної торгівлі (складено за [156, 157])

Етап	Характеристика
Перший етап – 1992-1995 рр. – комерційно-приватизаційний	Перехід до ринкового механізму господарювання, приватизація та акціонування державних підприємств торгівлі, закріплення в торгівлі приватної та колективної форми власності, створення перших приватних супермаркетів та продовольчих магазинів.
Другий етап – 1996-2003 рр. – інтеграційний	Зростання кількості торгових підприємств, розвиток магазинів типу «супермаркет», створення нових сучасних національних мереж супермаркетів, збільшення кількості торгових об'єктів діючих мереж, вихід на внутрішній український ринок іноземних роздрібних торгових мереж та відкриття перших дискаунтерів та магазинів Cash&Carry, які займаються дрібнооптовою та роздрібною торгівлею (Metro, Billa);
Третій етап 2004-2009 рр. – екстенсивний розвиток та регіональна експансія	Розвиток магазинів нового типу «гіпермаркетів», диверсифікація типів магазинів існуючими операторами ринку (магазини на заправках, торговельні центри), освоєння нових регіональних ринків, поглинання місцевих роздрібних торгових мереж з метою розширення мережі супермаркетів та гіпермаркетів;
Четвертий етап – 2010 р. – теперішній час – активний розвиток та диверсифікація	Інтенсивний розвиток продовольчого сегменту, великих торгових об'єктів та електронної торгівлі, введення та апробація нових сучасних технологічних процесів в сфері торгівлі, активний розвиток нових технологій в торгівлі, розвиток мінімаркетів «біля дому», інтеграція класичної торгівлі з сучасними технологіями

Таблиця 2.6 – Сучасні тенденції спільного ринку роздрібної торгівлі країн ЄС (складено за [155, с. 47–64; 159])

Тенденції	Характеристика
Темпи зростання великих компаній є вищими за темпи зростання сектора	Темпи зростання провідних гравців суттєво перевищують середній показник галузі за рахунок збільшення своєї продуктивності завдяки виходу на нові ринки, диверсифікації своєї пропозиції та реалізації процесів злиття і поглинання (Zara, IKEA, Douglas, H&M, Kaufland).
Стратегічний підхід до прийняття управлінських рішень	Компанії розробляють загальну бізнес-стратегію, яка втілюється на операційному рівні через функціональні стратегії (маркетингу, торгівлі, закупівлі, брендингу, логістики, управління кадрами та фінансами).
Ускладнення організаційної структури	Розширення міжнародної діяльності роздрібних продавців призвело до ускладнення організаційної структури ритейлерів внаслідок диверсифікації їхньої діяльності; появи посади віцепрезидентів або міжнародної ради директорів по окремих країнах. Компанії адаптують організаційну структуру своїх магазинів до вимог різних культур, щоб ефективно реагувати на потреби місцевих споживачів; передають на аутсорсинг окремі функції, які раніше виконували самі; надають послуги, організують дозвілля.
Координація окремих процесів ланцюга створення цінності	На сьогоднішній день ритейлери все тісніше координують свої стосунки з постачальниками. Таким чином, створення цінності відбувається на різних етапах ланцюга, а не лише на етапі продажу товару чи послуги кінцевому споживачу.

В умовах дії угоди про асоційоване членство України з ЄС для вітчизняних операторів ринку роздрібної торгівлі надзвичайно важливо враховувати зазначені тенденції ринку країн ЄС. Тому з метою максимальної адаптації структурної та територіальної організації мережі підприємств роздрібної торгівлі України до умов кон'юнктури європейського ринку необхідно виокремити сучасні характерні тенденції трансформаційних змін вітчизняної роздрібної торгівлі (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 – Сучасні тенденції трансформаційних змін роздрібної торгівлі України (складено за [155, 156])

Тенденції	Характеристика
Роздрібна торгівля демонополізована та функціонує у конкурентному середовищі	Як головний елемент ринкової інфраструктури, роздрібна торгівля України активно розвивається в процесі переходу до ринково орієнтованої економіки
Спостерігається зростання товарообігу, збільшення посередників	Ринкові трансформації супроводжуються бурхливим розвитком стихійної торгівлі, що призводить до збільшення посередників між товаровиробниками та підприємствами торгівлі. Спостерігається активний розвиток неальтернативних за культурою та якістю обслуговування дрібнороздрібних підприємств та ринків, де реалізуються споживчі товари.
Формування сучасної торговельної інфраструктури, адаптованої до світових стандартів	Трансформація ринків в торговельно-сервісні комплекси, розширення мережі сучасних закладів торгівлі (супермаркетів, гіпермаркетів, дискаунтів), розвиток Інтернет-магазинів, покращення товарно-структурних характеристик торгівлі.
Гармонізація законодавчих норм ведення торговельної діяльності з міжнародними стандартами	Виявлення суперечностей та неузгодженостей у діючих нормативно-правових актах, сприяння уніфікації діяльності вітчизняних підприємств роздрібної торгівлі, відповідна професійна підготовка кадрів.

Враховуючи зазначені тенденції проведемо аналітичне порівняння специфіки розвитку торговельних мереж на європейському та вітчизняному ринках роздрібної торгівлі.

Так, за даними звітів «Світові тенденції розвитку сектору роздрібної торгівлі» у 2015–2017 рр., підготовлених компанією Deloitte Touche Tohmatsu Limited, сектор роздрібної торгівлі демонструє зростання доходів [151–153]. Серед 250-ти торговельних роздрібних компаній світу, представлених у

звітах компанії Deloitte, виділимо топ-5 торговельних компаній зі штаб-квартирою в Європі, які мають найбільші показники фінансових результатів (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 – Доходи від роздрібної торгівлі найбільших європейських торговельних компаній за 2013–2015 рр. (розраховано за даними [151–153])

Компанія	Країна базування	Країни оперування	Виручка, млн. дол. США			Приріст, % 2015р./2013р.	Доходи роздрібної торгівлі від іноземних операцій, %			Приріст, % 2015р./2013р.
			2013 р.	2014 р.	2015 р.		2013 р.	2014 р.	2015 р.	
1. Schwarz Unternehmens Treuhand KG	Germany	26	98,662	102,694	94,448	96	58,2	59,2	61,3	105
2. Tesco PLC	UK	10	98,631	99,713	81,019	82	32,3	30,0	19,1	59
3. Metro Ag	Germany	32	86,393	85,570	—	—	62,3	59,3	59,3	95
4. Carrefour S.A.	France	35	98,688	98,497	84,856	86	52,7	52,7	52,9	100
5. Aldi Einkauf GmbH & Co.o HG	Germany	17	81,090	86,470	82,164	101	59,2	57,1	66,2	112

З представлених європейських компаній роздрібної торгівлі чотири здійснюють найбільший обсяг продажів саме на зовнішніх ринках, зокрема: Schwarz (61,3 % у 2015 р.) Carrefour (52,9 % у 2015 р.), Aldi (66,2 % у 2015 р.) і Metro (59,3 % у 2015 р.). Темпи приросту доходів від іноземних операцій у 2015 р. порівняно з 2013 р. мали компанії Schwarz Unternehmens Treuhand KG (5,0%) та Aldi Einkauf GmbH & Co.o HG (12%); компанія Carrefour S.A. не мала приросту доходу, а компанії Tesco PLC та Metro Ag показали зниження доходів від іноземних операцій на 41% та 5% відповідно [151, с. 20; 152, с. 23; 153, с. 14–15].

У підсумку слід зазначити, що сектор роздрібної торгівлі європейських країн ускладнюється, прискорюються темпи його розвитку, а також відбувається орієнтація основних операторів на глобальну перспективу.

В Україні з 250-ти компаній роздрібної торгівлі світового рівня на ринку представлені Metro Cash&Carry, Groupe Aushan, Billa, Novus, Inditex,

Marks and Spencer, GAP, Groupe Adeo тощо. Крім того, у сегменті «HoReCa» присутні іноземні компанії: Subway (американська мережа фаст-фудів), Burger King та KFC [152, 160]. Окрім відомих світових на українському ринку представлені мережі національних операторів роздрібної торгівлі, зокрема Fozzy group (мережі «Сільпо», «Фора», «Fozzy Cash&Carry»), АТБ-маркет (супермаркети й магазини «біля дому»), Фуршет (супермаркети «Фуршет»), Рітейл Груп (супермаркети «Велика кишеня», магазини «біля дому», «Просто маркет»); ЕКО (супермаркети «Еко-Маркет») тощо.

Слід зазначити, що вітчизняний торговельний бізнес в основному розвивається на основі створення спеціалізованих торговельних мереж:

- будівельні матеріали (мережі «Епіцентр», «Буді Бум», «Нова лінія» та ін.);
- продовольчі товари (мережі «АТБ», «Сільпо», «Фора», «Мега Маркет», «Велика кишеня», «Novus» та ін.);
- парфюмерно-косметичні товари, засоби гігієни та побутова хімія («Космо», «Єва», «Watsons», «Pro Stor» та ін.);
- аудіо-, відео- та побутова техніка і електроніка (мережі «Фокстрот», «Технополіс», «Comfy», «Фокс Март» та ін.)
- взуття (мережі «Монарх», «Чобіток», «Інтер-топ» та ін.);
- одяг (мережі «Спорт Майстер», «Bershka Україна», «Argo-trade», «O'stin» та ін.);
- засоби мобільного зв'язку (мережі «Алло», «Мобілочка», «Евросеть» та ін.);
- книжкова торгівля (мережі «Книгарня С», «Книжковий супермаркет», «Емпік» та ін.);
- нафтопродукти (мережі «ОККО», «Wog», «ТНК-ВР» та ін.);
- фармацевтичні засоби (мережі аптечних супермаркетів, аптек, оптик, аптек «Доброго дня», «Вета», «Люкс Оптика», «TAS», «Віталюкс» та ін.);
- дитячі товари (мережі «Антошка», «Chicco», «Дім іграшок», «Mothercare», «Smyk» та ін.);

– декоративні рослини та квіти (мережі садових центрів «Greensad», «Свитязь», «Сакура», «Камелія» та ін.) [158, 159].

За звітами компанії Deloitte, яка готує щорічний рейтинг «Топ-500 компаній Центральної та Східної Європи» за динамікою розвитку та доходами підприємств, у підгалузі «Роздрібна торгівля» визначено три українські роздрібні торговельні компанії: Fozzy Group (95 місце), АТБ-маркет (101) та Епіцентр К (280) [151–153]. Серед представлених торговельних мереж на вітчизняному ринку виділимо топ-5 рітейлерів, які мають найбільші показники фінансових результатів (табл. 2.9).

Таблиця 2.9 – Найбільші мережеві рітейлери на ринку роздрібної торгівлі України (розраховано за даними [159, 160])

Назва компанії	Місце офісу	Товарообіг, млрд. грн.			Приріст товарообігу, % 2015/2013 pp.	Частка на ринку, %		
		2013 р.	2014 р.	2015 р.		2013 р.	2014 р.	2015 р.
АТБ-маркет	Дніпро	33,71	38,90	46,70	139	7,8	8,9	9,8
Fozzy Group	Київ	30,50	36,10	46,50	152	7,0	8,2	9,7
Metro Cash & Carry	Київ	9,56	8,80	10,30	108	2,2	2,0	2,2
Auchan-Україна	Київ	6,50	6,40	8,90	137	1,5	1,5	1,9
Рітейл Груп	Київ	6,20	6,80	6,10	98	1,4	1,6	1,3

Так, мережа «АТБ» за 2013–2015 pp. збільшила виручку на 39,0% і займає найбільшу частку вітчизняного ринку роздрібної торгівлі продовольчими товарами (9,8%). Fozzy Group, представлена мережею магазинів «Fozzy Cash&Carry», «Сільпо», «Фора», зайняла 2 місце. За 2013–2015 pp. обсяг її товарообігу збільшився на 52%, а частка вітчизняного ринку роздрібної торгівлі продовольчими товарами зросла до 9,7%.

Крім компаній АТБ-маркет та Fozzy Group за підсумками 2015 р. у п'ятірці найбільших за товарообігом залишилися компанії Metro Cash&Carry – 10,3 млрд. грн, Auchan-Україна – 8,9 млрд. грн. і Рітейл Груп – 6,1 млрд. грн.

Таким чином, вітчизняна роздрібна торгівля протягом 2013–2015 рр. почала нарощувати темпи розвитку, окреслилася стійка тенденція зростання фізичного обсягу роздрібного товарообігу. Розвиток роздрібної торговельної мережі є перспективною сферою, адже підвищує рівень обслуговування пересічних громадян, надаючи послуги, які позитивно впливають на структурні перетворення в економіці, сприяють зростанню доходів суб'єктів господарювання та залученню капіталу. Україна має великий потенціал для подальшого зростання сучасних форматів роздрібної торгівлі.

Як зазначають експерти, важливими чинниками, що стримують активну експансію великих міжнародних ритейлерів в Україні, є порівняно низький рівень доходів населення, складний інвестиційний клімат, істотні проблеми з отриманням землі та реалізацією девелоперських проєктів, дефіцит професійних торговельних приміщень і високі орендні ставки на них. Активізація процесів злиття та поглинання на вітчизняному ринку торговельних послуг призводить до подальшого ускладнення управління торговельними мережами, що ставить нові завдання до системи їх інформаційного забезпечення. Тому іноземні ритейлери, які не готові вирішувати зазначені проблеми, працюють на більш стабільних ринках Болгарії, Польщі, Чехії [161].

Підсумовуючи зазначимо, що відмінність вітчизняного та європейського ринків роздрібній торгівлі проявляється в наступних тенденціях:

- невисока частка національних операторів на ринку мережевої торгівлі (в Україні цей показник складає близько 25%, тоді як у Великобританії – 80%, Німеччині – 65%, Франції – 85%) [161]);

- частковий перехід європейських виробників і постачальників продукції на інші канали збуту продукції (дискаунтери, міні-дискаунтери, магазини «біля дому», лінійна роздрібна торгівля, традиційні ринки, виїзна торгівля, створення фірмових магазинів) [156, с. 310];

- недостатність якісних торговельних площ в Україні;

– обмежений доступ до закордонних ринків (вітчизняні мережі роздрібної торгівлі діють зазвичай на внутрішньому ринку, тоді як європейським належить першість в освоєнні закордонних ринків, особливо це стосується французьких, британських і голландських мереж (87% загального обсягу товарообігу від іноземних операцій у Tesco) [161];

– збереження позицій традиційних форматів роздрібної торгівлі (українські споживачі, на відміну від європейських, надають перевагу купівлі продовольчої продукції на ринку) [161];

– обмежений доступ вітчизняних операторів до кредитних ресурсів, необхідних для розвитку підприємств роздрібної торгівлі;

– невисока ефективність рекламних матеріалів. У країнах Європи 60% респондентів здійснюють покупки за рекламними листівками роздрібних мереж, отриманих поштою, а в Україні цей показник становить лише 9% (за результатами досліджень Shopping Monitor CCE у 2015 р.) [161];

– переміщення суттєвої кількості споживачів з традиційної «офф-лайн» торгівлі до «он-лайн» каналів придбання товарів і послуг.

Порівняння стану розвитку вітчизняної роздрібної торгівлі та європейських країн дає змогу визначити також реальні стратегічні орієнтири для подальшого зростання цієї галузі, які згруповано на рис. 2.1.

Ефективний стратегічний розвиток роздрібної торгівлі дозволить сформулювати чіткі правила торговельної діяльності, надавати нові види послуг, інтенсифікувати товарні потоки, оптимізувати потребу в об'єктах роздрібної торгівлі, підвищити ефективність функціонування роздрібної торговельної мережі.

У підсумку відзначимо, що європейський та вітчизняний сектори роздрібної торгівлі ускладнюються, прискорюються темпи їх розвитку, а також відбувається переорієнтація основних операторів на глобальну перспективу. Важливе значення в організації торгівлі має монополія основних операторів на території як європейських країн, так і України, що свідчить про концентрацію мережі, єдиний стиль управління та технології в

обслуговуванні населення, можливості застосування інновацій в торгівлі.

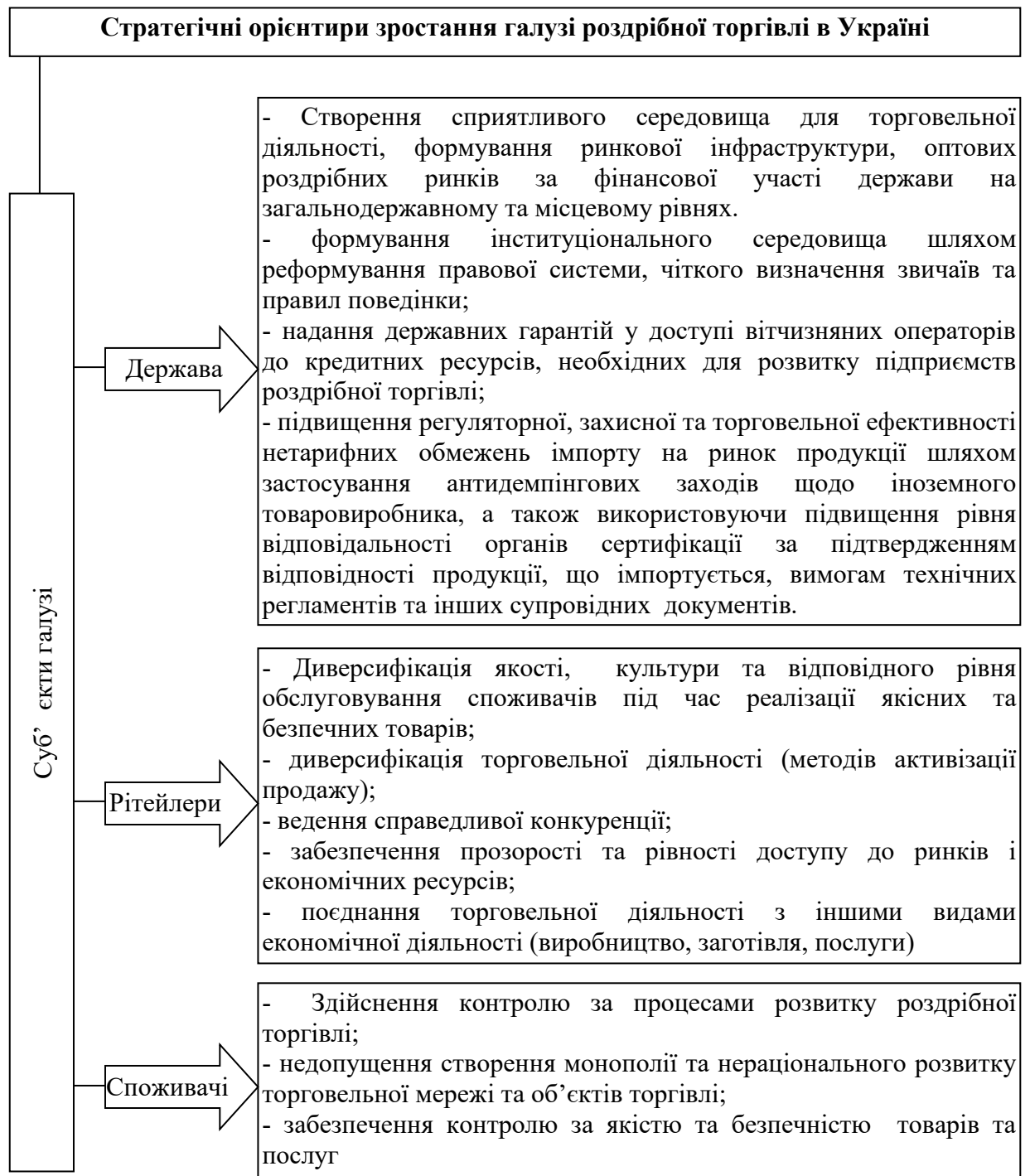


Рисунок 2.1. Стратегічні орієнтири подальшого зростання галузі роздрібно́ї торгівлі в Україні

Разом з тим на українському ринку міжнародні рітейлери знижують свою присутність через низьку ефективність підприємств. Незважаючи на

відносно позитивну динаміку, яка спостерігається у вітчизняному секторі роздрібної торгівлі, більшість потенційних інвесторів зайняли вичікувальну позицію щодо входження на роздрібний ринок через збереження високих внутрішніх і зовнішніх ризиків.

З огляду на це вітчизняним ритейлерам необхідно розвивати власне підприємницьке середовище в сфері роздрібної торгівлі за рахунок диверсифікації торговельних послуг, впровадження сучасних технологій в сфері торгівлі, формування інтелектуального капіталу як чинника розвитку підприємницької активності в роздрібній торгівлі, удосконалення методів продажу та обслуговування покупців, розвитку нових форм продажу товарів, запровадження та удосконалення «електронної комерції» чи «інтернет-торгівлі» як важливого чинника розвитку роздрібної торгівлі, пошуку резервів, підвищення результативності торговельних операцій, розширення та забезпечення територіальної доступності роздрібної торговельної мережі, удосконалення логістичного ланцюга «постачання-виробництво-збут».

2.3 Тенденції формування та використання фінансових результатів підприємств-суб'єктів ЗЕД в Україні

Абсолютний розмір та динаміка фінансових результатів, їх склад та співвідношення з виручкою та обсягом вкладених коштів входять до переліку найбільш узагальнюючих показників, що використовують для оцінки інвестиційної привабливості галузей економіки, регіонів, підприємств різних видів економічної діяльності. З огляду на зазначене у подальшому, на підставі огляду опублікованих даних та проведених розрахунків, визначено основні тенденції розвитку фінансових результатів підприємств торгівлі в Україні, а також розглянуто особливості їх формування та використання заданими підприємств торгівлі – суб'єктів ЗЕД.

Для виявлення особливостей у розвитку фінансових результатів підприємств торгівлі в Україні у подальшому досліджено величину та

динаміку їх фінансових результатів за періодами часу, визначено специфіку формування фінансових результатів у підприємствах торгівлі різних за розміром, а також здійснено порівняння показників рентабельності операційної діяльності за підприємствами торгівлі та підприємствами інших видів економічної діяльності. У підсумку зроблено наступні висновки.

Фінансові результати діяльності підприємств торгівлі упродовж 2010–2016 рр. мали нестійкий характер. У період 2010–2012 рр. діяльність торговельних підприємств загалом в Україні була прибутковою, у 2013–2015 рр. – збитковою (табл. 2.10) [162, 163].

Таблиця 2.10 – Фінансові результати до оподаткування за підприємствами торгівлі та підприємствами інших видів економічної діяльності в Україні за 2010–2016 рр. (млн. грн)

Період	Фінансовий результат до оподаткування, загалом	Фінансовий результат до оподаткування, за підприємствами, що отримали прибуток	Фінансовий результат до оподаткування, за підприємствами, що отримали збиток
За видами економічної діяльності			
2010	54405,7	189640,8	135235,1
2011	118605,6	255545,9	136940,3
2012	75670,2	248035,9	172365,7
2013	29283,2	234513,7	205230,5
2014	-52358,7	334517,3	858104,3
2015	-340126,6	475321,2	815447,8
2016	-22201,5	523759,4	545960,9
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів			
2010	14883,5	42655,9	27772,4
2011	21591,5	48487,9	26896,4
2012	9608	43877,8	34269,8
2013	-6047,5	36528,5	42576
2014	-128134,8	34360,9	162495,7
2015	-80564,3	56898,4	137462,7
2016	7277,0	74418,1	67141,1

Примітка. Узагальнено за даними [162]

Зниження фінансового результату до оподаткування у торгівлі у 2010–2012 рр. зумовлено зростанням абсолютної величини збитку за групою збиткових підприємств. Так, якщо у складі підприємств щодо формування

фінансових результатів відзначено позитивні зрушення, то динаміка фінансових результатів за групами прибуткових та збиткових підприємств не сприяла збільшенню фінансових результатів у торгівлі.

За підсумками 2016 р. фінансові результати до оподаткування за підприємствами галузі позитивні та становлять 7277,0 млн. грн. Попри позитивній результати в 2016 р. динаміка фінансових результатів за прибутковими підприємствами торгівлі поступається підприємствам інших видів економічної діяльності. Середньорічний темп росту фінансових результатів за групою прибуткових підприємств торгівлі визначено на рівні 109,7% проти 118,5% за підприємствами інших видів економічної діяльності (табл. 2.11).

Таблиця 2.11 – Динаміка фінансового результату до оподаткування за підприємствами торгівлі порівняно з підприємствами інших видів економічної діяльності в Україні за 2010–2016 рр. (у %)

Період	Фінансовий результат до оподаткування, за підприємствами, що отримали, %	
	прибуток	збиток
За видами економічної діяльності		
2010	100,0	100,0
2011	134,8	101,3
2012	97,1	125,9
2013	94,5	119,1
2014	142,6	418,1
2015	142,1	95,0
2016	110,2	67,0
Середньорічний темп змін	118,4	126,2
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів		
2010	100	100
2011	113,7	96,8
2012	90,5	127,4
2013	83,3	124,2
2014	94,1	381,7
2015	165,6	84,6
2016	130,8	48,8
Середньорічний темп змін	109,7	115,8

Для визначення загальних тенденцій та особливостей формування й використання фінансових результатів у підприємствах торгівлі – суб'єктах ЗЕД оброблено інформацію за 45 господарюючими суб'єктами, дані за якими подано у [164]. У результаті до вибіркової сукупності включено 7 мережевих підприємств роздрібно́ї торгівлі – суб'єктів ЗЕД. Вихідна інформація щодо підприємств вибіркової сукупності подана у таблиці Г.1 додатка Г.

Оскільки фінансові результати розглядаються як система взаємозалежних стандартизованих показників, особливості їх формування за різними групами торговельних підприємств розглянуто поетапно, за урахування співвідношення між відповідними доходами та витратами за видами діяльності.

Основна діяльність торговельного підприємства пов'язана з реалізацією товарів та послуг населенню. В узагальнюючому вигляді вона може бути подана як послідовність таких основних етапів як закупівля, підготовка товарів до реалізації та безпосередньо реалізація товарів. Успішність основної діяльності торговельних підприємств знаходить відображення у відповідних показниках фінансового результату. За діючих положень щодо обліку та відображення доходів та витрат у звітності є можливим виділення фінансових результатів такої діяльності, зокрема діяльності зі закупівлі та реалізації товарів.

Результат основної діяльності торговельного підприємства знаходить відображення у показникові чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Його величина відображає реальний обсяг діяльності та активність підприємства на споживчому ринку, а характер динаміки свідчить про правильність обраних торговельним підприємством цінової й асортиментної політик, форм та методів обслуговування, систем маркетингових комунікацій тощо. Абсолютні розміри та динаміка чистого доходу за групою підприємств подано у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12 – Динаміка чистого доходу за підприємствами роздрібною торгівлі вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (у % до попереднього року)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ТОВ «Фоззі-Фуд» (Сільпо-Рітейл)	100	149,6	125,2	118,6	116,4	127,8	99,2
ТОВ «Таврія-В»	100	106,5	102,6	109,5	144,8	108,0	105,5
ТОВ «Сучасний модерн»	100	116,9	77,3	145,9	176,4	121,7	75,7
ПАТ «Базис»	100	100,5	100,2	104,6	105,7	105,0	104,2
ПрАТ «Фірма «Бакалія» («Економ»)	100	105,8	105,8	108,5	114,1	136,5	112,6
ТОВ «Аргон»	100	109,3	142,1	111,3	114,0	133,9	131,6
ПАТ «Рітейл Груп»	100	426,0	81916,5	102,9	111,6	127,9	112,1

Упродовж досліджуваного періоду за торговельними мережами діагностовано загальне зростання чистого доходу, а також високі та стійкі темпи росту чистого доходу, що свідчить про високий рівень захищеності торговельних мереж від зовнішніх ризиків в цілому та фінансової кризи, що мала місце у досліджуваній період, зокрема. Чистий дохід – один з чинників, що впливає на величину валового прибутку торговельного підприємства. Показники валового прибутку/збитку (валового доходу) за підприємствами подано у таблиці Г.1 додатка Г та таблиці 2.13.

Таблиця 2.13 – Динаміка валового прибутку за підприємствами роздрібною торгівлі вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (у % до попереднього року)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ТОВ «Фоззі-Фуд» (Сільпо-Рітейл)	100	193,6	129,4	108,0	132,5	127,2	98,2
ТОВ «Таврія-В»	100	115,4	117,1	110,5	135,8	120,7	82,6
ТОВ «Сучасний модерн»	100	106,4	85,6	189,2	201,9	121,2	72,5
ПАТ «Базис»	100	107,6	110,8	98,7	113,0	109,0	92,7
ПрАТ «Фірма «Бакалія» («Економ»)	100	104,1	108,4	105,4	108,6	120,1	115,4
ТОВ «Аргон»	100	115,0	137,4	115,3	130,1	138,3	140,5
ПАТ «Рітейл Груп»	100	240,3	58046,4	100,8	103,6	258,9	109,0

За розрахунками визначено стійку позитивну динаміку валового прибутку за групою торговельних мереж. Упродовж 2010-2016 рр. абсолютний розмір валового доходу за окремими підприємствами збільшився у 1,3 (ПАТ «Базис»)...4,5 (ТОВ «Фоззі-Фуд») рази.

Величина та динаміка валового прибутку залежить від цінової політики торговельного підприємства, що знаходить своє вираження у показниках рівня торговельних надбавок. Попри те, що підприємства сукупності функціонують в одному ринковому сегменті, підходи щодо встановлення торговельної надбавки є різними (табл. 2.14).

Таблиця 2.14 – Середній рівень торговельної надбавки за підприємствами роздрібної торгівлі вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (%)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ТОВ «Фоззі-Фуд» (Сільпо-Рітейл)	16,7	22,8	23,7	21,2	24,8	24,7	24,4
ТОВ «Таврія-В»	16,4	18,0	21,1	21,3	19,8	22,6	16,8
ТОВ «Сучасний модерн»	16,7	15,0	16,9	23,0	27,3	27,1	25,7
ПАТ «Базис»	19,8	21,5	24,4	22,7	24,6	25,8	22,3
ПрАТ «Фірма «Бакалія» («Економ»)	12,9	12,7	13,0	12,6	11,9	10,3	10,6
ТОВ «Аргон»	18,7	19,9	19,1	19,9	23,4	24,3	26,4
ПАТ «Рітейл Груп»	54,9	25,0	16,5	16,1	14,8	35,3	34,0
У середньому	16,7	22,1	22,1	20,3	22,9	25,8	25,3

За групою торговельних мереж рівень торговельної надбавки за більшістю підприємств є стабільним та упродовж досліджуваного періоду та коливався незначно. Коефіцієнт варіації за цим показником становить 8,9...13,9%. З досліджуваних торговельних підприємств слід відзначити ПАТ «Рітел Груп» та «ПАТ «Сучасний модерн». У намаганні максимізації фінансового результату рівні торговельних надбавок за підприємствами в окремі періоди часу збільшують у 1,5...2,0 рази. Коефіцієнти варіації рівня

торговельних надбавок за вказаними підприємствами становлять 51,8% та 24,7% відповідно (табл. 2.15). У цілому ж діагностовано збереження рівня торговельних надбавок за групою торговельних мереж. Їх величина за аналізований період визначена у діапазоні 16,7...25,8% (табл. 2.15).

Таблиця 2.15 – Коефіцієнт варіації середнього рівня торговельної надбавки за підприємствами роздрібною торгівлі вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (%)

Підприємство	Значення, %
ТОВ «Фоззі-Фуд» (Сільпо-Рітейл)	12,8
ТОВ «Таврія-В»	12,3
ТОВ «Сучасний модерн»	24,7
ПАТ «Базис»	8,9
ПрАТ «Фірма «Бакалія» («Економ»)	9,2
ТОВ «Аргон»	13,9
ПАТ «Рітейл Груп»	51,8

На підставі даних щодо валового прибутку, адміністративних витрат та витрат зі збуту упродовж 2010-2016 рр. визначено абсолютні розміри фінансових результатів від реалізації за підприємствами вибіркової сукупності. Вихідна інформація подана у таблиці Г.1 додатка Г, результати – у таблицях Г.1, Г.2 додатка Г.

За даними таблиць діагностовано різний характер значень та динаміки фінансових результатів від реалізації за підприємствами. Визначено, що для торговельних мереж діяльність з реалізації товарів та послуг здебільшого є прибутковою упродовж усього досліджуваного періоду. Фінансовий результат від реалізації за більшістю підприємств є позитивним. Збитковість операцій від реалізації товарів і послуг діагностовано за ТОВ «Таврія-В» та ПАТ «Рітейл Груп».

Фінансовий результат від реалізації відображає результат основної операційної діяльності. Проте підприємства роздрібною торгівлі окрім основної здійснюють операції з іншої операційної діяльності, витрати та результати за якою відображаються у звітності (табл. Г. 2).

Співвідношення доходів та витрат за операційною орендою, реалізацією оборотних активів, курсовою різницею визначають величину фінансових результатів від іншої операційної діяльності (таблиця Г.1 додатка Г, таблиця Д.2 додатка Д). За групою підприємств відзначено односпрямованість динаміки фінансових результатів від іншої операційної діяльності. За 2010–2016 рр. торговельні мережі в цілому збільшили обсяг фінансових результатів від іншої операційної діяльності. Проте за окремими торговельними мережами цей показник буває від’ємним, в саме ТОВ «Сучасний модерн» та ТОВ «Аргон».

Успішність основної та іншої операційної діяльності торговельного підприємства знаходить відображення у показниках фінансових результатів від операційної діяльності. Цільові настанови створення підприємства досягаються за здійснення саме операційної діяльності, що зумовлює підвищену увагу до відповідних показників фінансових результатів. Порівняння фінансових показників за підприємствами дозволяє зробити висновок про стійкість в організації операційної діяльності торговельних мереж (табл. Д.3 додатку Д). Величина фінансових результатів від операційної діяльності за більшістю торговельних мереж позитивна та зростає за періодами часу. За розрахунками у 2016 порівняно з 2010 р. цей показник за аналізованою сукупністю збільшився у 5 із 7 досліджуваних підприємств.

Згідно діючих положень фінансовий результат від операційної діяльності може бути поданий у декілька способів, зокрема як різниця між доходами операційної діяльності (чистим доходом та іншими операційними доходами) й витратами операційної діяльності (собівартістю товарів, адміністративних витрат, витрат на збут, інших операційних витрат) (ФР_{оп. (1)}), а також як сума фінансових результатів від реалізації, тобто основної діяльності, та іншої операційної діяльності (ФР_{оп. (2)}).

$$\text{ФР}_{\text{оп. (1)}} = \text{ЧД} + \text{Д}_{\text{ін.оп.}} - \text{С} - \text{В}_{\text{адм.}} - \text{В}_{\text{зб.}} - \text{В}_{\text{ін.оп.}} \quad (2.1)$$

$$\Phi P_{\text{оп. (2)}} = \Phi P_{\text{осн.оп.}} + \Phi P_{\text{ін.оп.}} \quad (2.2)$$

За однаковості значень фінансових результатів від операційної діяльності, визначених за поданими схемами, інформаційна наповненість результату є різною. Використання першої моделі дозволяє визначити чинник впливу на динаміку фінансових результатів від операційної діяльності. Друга модель надає відповідь на дане питання, проте уже у розрізі видів діяльності – основної та іншої операційної, а саме яка діяльність (основна чи інша операційна) у більшій мірі вплинула на зміну фінансового результату від операційної діяльності. Вихідна інформація щодо динаміки доходів та витрат наведена у таблиці Д.4 додатку Д, коефіцієнт співвідношення між темпами змін вказаних показників – таблиці 2.16.

Таблиця 2.16 – Співвідношення між темпами змін сукупних доходів і витрат від операційної діяльності за підприємствами вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (коефіцієнт)

Підприємство	Рік					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ТОВ «Фоззі-Фуд» (Сільпо-Рітейл)	1,018	0,979	0,994	1,027	0,969	0,985
ТОВ «Таврія-В»	0,990	1,032	1,014	0,976	1,008	1,006
ТОВ «Сучасний модерн»	0,993	1,009	1,009	1,024	1,014	0,976
ПАТ «Базис»	0,994	0,985	1,011	1,003	0,992	1,001
ПрАТ «Фірма «Бакалія» («Економ»)	0,999	1,000	1,003	0,951	1,051	0,999
ТОВ «Аргон»	0,996	0,995	0,995	1,006	1,000	0,994
ПАТ «Рітейл Груп»	0,140	1,392	0,974	0,991	0,975	1,027

За розрахунками визначено нестійкість у співвідношенні між динамікою доходів та витрат операційної діяльності за сукупністю. Тривале перевищення темпу росту доходів порівняно з витратами характерно для таких підприємств як «Таврія-В» і «Сучасний модерн».

За іншими підприємствами бажане співвідношення між темпами змін доходів і витрат від операційної діяльності не витримано, а саме темп змін сукупних витрат від операційної діяльності перевищують відповідні

показники за сукупними доходами. Враховуючи, що доходи від операційної діяльності є основним джерелом формування фінансових результатів за підприємством загалом такі результати негативно характеризують політику управління фінансовими результатами на підприємствах.

Дані щодо складу фінансового результату від операційної діяльності наведені у таблиці Д.5 додатку Д. У підсумку зроблено висновок щодо нестійкості у структурі фінансових результатів від операційної діяльності за підприємствами. Для ТОВ «Сучасний модерн» і ТОВ «Аргон» основним джерелом формування фінансових результатів від операційної діяльності є основна діяльність. ТОВ «Фоззі-Фуд» і ПрАТ «Фірма «Бакалія» також орієнтуються на фінансові результати від основної діяльності, проте мають позитивні фінансові результати і від іншої операційної діяльності. Щодо ПАТ «Рітейл груп», то його фінансові результати від операційної діяльності формуються переважно за рахунок іншої операційної діяльності, що є ризикованим з точки зору фінансового забезпечення стратегічного розвитку торговельної мережі.

Наступний напрям дослідження пов'язаний з аналізом фінансових результатів іншої діяльності. Інша діяльність включає операції фінансового та інвестиційного характеру та інші, що знаходять вираження у відповідних результатах діяльності. Дослідження фінансових результатів у розрізі цих видів діяльності дозволяє зробити висновок про їх збитковість (табл. Д.6 додатку Д). Наявність результатів від інших видів звичайної діяльності свідчить про намагання менеджменту торговельних підприємств диверсифікувати діяльність та використати усі можливості для отримання доходів. Виявлено, що більшу активність торговельні підприємства виявляють в частині здійснення фінансової та іншої діяльності. Попри активність підприємств торгівлі у фінансовій та інвестиційній діяльності, загальний фінансовий результат від інших видів звичайної діяльності за групами підприємств негативний.

Це свідчить про незбалансованість відповідних доходів та витрат упродовж досліджуваного періоду та недостатню готовність менеджменту торговельних підприємств до пошуку компенсаторів зростаючих витрат за іншими видами поточної діяльності.

Результати операційної, інвестиційної, фінансової та іншої звичайної діяльності знаходять відображення у показникові фінансових результатів до оподаткування. Це найбільш узагальнюючий показник у системі фінансових результатів підприємства, величина та динаміка якого свідчить про успішність поточної діяльності господарюючого суб'єкта (табл. Д.7 додатку Д). За розрахунками зроблено висновок про складність організації поточної діяльності аналізованих торговельних мереж. Тільки за 2 з 7 досліджуваних торговельних мереж відзначено позитивну динаміку фінансових результатів до оподаткування (ТОВ «Таврія-В», ТОВ «Сучасний модерн»). За іншими підприємствами діагностовано зменшення фінансових результатів (ПАТ «Базис») або їх від'ємне значення упродовж 2014-2016 (ТОВ «Фозі-Фуд»), ТОВ «Аргон», ПАТ «Рітейл Груп»). Хоча досліджувані підприємства періодично демонструють високі темпи нарощення фінансового результату від звичайної діяльності сам факт негативного фінансового результату від звичайної діяльності доводить наявність проблем у господарській діяльності означених торговельних підприємств.

Кінцевим фінансовим результатом діяльності торговельного підприємства у поточному періоді є чистий прибуток, який визначається як різниця між прибутком до оподаткування та величиною податкових платежів (табл. Д.8 додатку Д). Враховуючи, що податок на прибуток включає як поточний податок на прибуток так і коригування цієї суми, включаючи відстрочені податкові активи, відстрочені податкові зобов'язання, виправлення помилок, тощо, величина чистого прибутку залежить не лише від фінансових результатів поточного періоду, але й господарських операцій, що здійснено у інші періоди часу, а також обставин, за яких дані операції реалізовано.

У результаті дослідження визначено, що у період 2010–2013 рр. чистий фінансовий результат за групою торговельних мереж, хоча і зменшувався за окремими підприємствами (ТОВ «Фозі-Фуд», ПАТ «Базис», ПАТ «Рітейл Груп»), проте загалом був позитивний. У цей період збитковість відзначено тільки за ТОВ «Аргон». Щодо 2014–2016 рр., то у ці роки збитковість діяльності відзначено за 4 з 7 досліджених підприємств. Зростання відзначено за ТОВ «Таврія-В» і ПАТ «Базис», приріст чистого прибутку становив 155,8% та 41,6% відповідно. Підприємство ТОВ «Сучасний модерн» хоча і було прибутковим у цей період, проте динаміка його чистого фінансового результату була незначною (1,1% за 2014–2016 рр.).

Дотепер формування фінансових результатів за підприємствами вибіркової сукупності розглянуто з огляду послідовності їх формування. Наступний етап дослідження – виявлення особливостей структури доходів та витрат підприємств, а також складу фінансових результатів за видами діяльності.

Результати аналізу структури доходів та витрат є значущим під час управління ними, зокрема під час визначення джерел формування доходів і розробки заходів щодо їх зростання а також оптимізації витрат поточної діяльності. Вихідна інформація для визначення сукупних доходів і витрат, а також їх динаміки за підприємствами торгівлі подано у таблиці Г.2, додатку Г та таблиці Д.9 додатку Д. Результати розрахунків свідчать про односпрямованість змін сукупних доходів та витрат за підприємствами. Зростання сукупних доходів супроводжується зростанням поточних витрат і навпаки. Проте співвідношення між темпами змін поданих показників витримуються не завжди. Теоретично позитивна динаміка фінансового результату забезпечується за випереджаючого зростання доходів порівняно з витратами. Якщо має місце зниження доходів торговельного підприємства відповідно повинні знижуватись і поточні витрати. За розрахунками зроблено висновок, що співвідношення між динамікою доходів та витрат за підприємствами витримуються не завжди.

Порушення у співвідношенні цих показників відзначено у період 2011–2012 та 2014 рр. (табл. 2.17).

Таблиця 2.17 – Коефіцієнт співвідношення сукупних доходів і витрат за підприємствами за 2010–2016 рр. (коефіцієнт)

Підприємство	Рік					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ТОВ «Фоззі-Фуд» (Сільпо-Рітейл)	0,9998	1,0000	1,0000	0,9862	0,9761	1,0282
ТОВ «Таврія-В»	0,9944	1,0023	1,0142	0,9969	1,0070	1,0197
ТОВ «Сучасний модерн»	0,9941	1,0077	1,0026	1,0006	1,0236	0,9828
ПАТ «Базис»	0,9920	0,9798	1,0072	1,0007	0,9950	1,0065
ПрАТ «Фірма «Бакалія» («Економ»)	0,9992	0,9994	1,0016	0,9528	1,0501	1,0016
ТОВ «Аргон»	0,9947	0,9937	0,9969	0,9992	1,0027	0,9959
ПАТ «Рітейл Груп»	1,7856	0,0020	1,0428	0,9281	1,0227	1,2651

Дослідження структури сукупного доходу дозволили визначити особливості формування фінансових результатів за окремими торговельними підприємствами (табл. Г.3 додатка Г). Характерним для торговельних підприємств є значна питома вага у сукупних доходах чистого доходу. Цей показник становить за періодами часу 77,0...99,0%. Діагностовано високі відхилення між граничними значеннями частки чистого доходу. У складі доходів торговельних підприємств також значне місце займають доходи від іншої операційної діяльності. Найбільш значущими ці доходи були для ТОВ «Таврія-В» (14,7...23,0% за періодами часу).

Доходи від участі в капіталі, фінансові доходи та інші доходи займають незначне місце у сукупному доході торговельних підприємств. Як свідчать розрахунки інші доходи та фінансові доходи відзначено в окремі періоди часу за ТОВ «Фоззі-Фуд». Щодо доходів, від участі у капітал то вони відсутні за аналізований період.

Структура сукупних витрат за підприємствами подана у таблиці Г.5 додатку Г. За результатами проведених розрахунків визначено, що як і у випадку з доходами у складі витрат найбільша питома вага припадає на

витрати, пов'язані з операційною діяльністю торговельних підприємств, а саме собівартість реалізованих товарів, витрати обігу та інші операційні витрати. Дослідження частки собівартості реалізованих товарів у сукупних витратах дозволив виявити значний розкид їх значень за підприємствами. Якщо не брати до уваги дані за ПАТ «Рітейл Груп», який у 2011 р. змінив формат функціонування, що супроводжувалось суттєвими змінами у складі його доходів і витрат, то цей показник у найбільшій мірі коливається за ТОВ «Фозі-Фуд», а саме 10,1 пункти. За оцінками мінімальне значення частки собівартості реалізованих товарів у сукупних витратах визначено на рівні 64,7% (ТОВ «Таврія –В»), а максимальне – ТОВ «Сучасний модерн» (91,0%).

Щодо витрат обігу та інших операційних витрат, то за результатами розрахунків виявлено відносна стабільність їх значень за аналізованими підприємствами, а саме за адміністративними витратами – в межах 5,0%, витратами на збут – 18,0%, інших операційних витрат – 9,0% загальної величини сукупних витрат.

Як відзначено раніше у торговельних підприємствах інвестиційна діяльність пов'язана з вкладеннями коштів в асоційовані компанії, дочірні підприємства розвиток не отримала, що підтверджено відсутністю доходів та витрат від участі у капіталі за підприємствами за аналізований період. Значними у складі сукупних витрат торговельних підприємств є фінансові витрати. Їх частка у середньому у складі сукупних витрат коливається в межах від 1,0 до 11,0% та має загальну тенденцію до зростання.

Інші витрати звичайної діяльності відіграють помітну роль лише за ТОВ «Фозі-Фуд». Їх питома вага у складі сукупних витрат за аналізований період у середньому за підприємствами сукупності не перевищує 3,4%.

Зміни у динаміці доходів і витрат за періодами часу зумовили зміну складу фінансових результатів до оподаткування. Як свідчать дані (табл. Г.6, Г.7 додатку Г) упродовж досліджуваного періоду за операційною діяльністю за групами підприємств вибіркової сукупності отримано здебільшого позитивний фінансовий результат. Іншими словами, цільові настанови

створення та функціонування торговельних підприємств виконуються, операційна діяльність загалом є прибутковою.

Щодо інших видів діяльності відзначимо наступне. Нерозвиненість інвестиційного ринку в Україні та обмеженість вільних фінансових ресурсів не дозволяє забезпечити торговельним підприємствам позитивний фінансовий результат від інвестиційної діяльності. Щодо фінансової діяльності торговельних підприємств, то вона пов'язана здебільшого зі залученням кредитних ресурсів. Торговельні підприємства активно використовують кредитні кошти під час формування активів, що зумовлює виникнення фінансових витрат. Попри фінансових витрат не за всіма підприємствами відзначено наявність фінансових доходів. До того ж вони є незначними та не покривають у повному обсязі фінансові витрати, що зумовлює збитковість фінансової діяльності торговельних підприємств. Також спостерігається незбалансованість доходів та витрат від іншої господарської діяльності, що зумовлює її збитковість для більшості досліджуваних торговельних підприємств.

2.4 Якість фінансових результатів як індикатор ефективності управління підприємств торгівлі

Фінансовий результат, поданий у абсолютному вимірі, є значущим для загального висновку щодо успішності господарської діяльності підприємства. Разом з тим, для оцінки уже прийнятих та обґрунтування майбутніх управлінських рішень інформація щодо абсолютної величини фінансових результатів є недостатньою. Спрямованість на ефективність господарської діяльності та сталий розвиток підприємства зумовлює доцільність дослідження не лише величини фінансового результату, але й його якості. За узагальнення існуючих розробок визначено відсутність єдиного підходу вчених до визначення сутності якості фінансового результату та підходів щодо його оцінки. Так якість фінансового результату

здебільшого ототожнюють з якістю прибутку, про що свідчать розробки, подані у працях М. Баканова, Л. Бернстайна, А. Шеремета, О. Хістєвої, та ін. [166–177]. Безпосередньо якість фінансового результату розглянуто у працях Зінченко О., Скалюк Р. якість фінансового результату пов'язують з чинниками його формування (Бернстайн Л., Шеремет А., Баканов М., Когденко В., Зінченко О., Хістєва О.) та структурою окремих видів прибутку (Бланк І., Дроздов О.). Під час оцінки якості фінансового результату використовують систему одиничних показників (Когденко В., Сорокіна С.), інтегральний показник, що побудований на основі фінансових коефіцієнтів (Хістєва О., Хвостенко В.), показники обсягу та структури фінансового результату (Дроздов О., Зінченко О., Скалюк Р., Нагайчук В.), що визначені в окремий період часу (Хістєва О., Нагайчук В.) та у динаміці (Дроздов О., Зінченко О., Скалюк Р.). Неоднозначність трактувань сутності та методичних засад оцінки якості фінансового результату зумовлюють доцільність розгляду даного питання більш докладно.

Слід відзначити, що дослідження якості результату діяльності, пов'язані переважно з якістю прибутку. Як відзначає Л. Бернстайн «поняття якості прибутку виникло через необхідність подати базу для порівняння прибутку різних підприємств, а також через необхідність усвідомити з метою оцінки такі різниці у «якості». Автор не надає визначення «якість прибутку» а лише констатує, що «майже відсутня загальна згода відносно визначення або припущень, що лежать в основі даного поняття» [166, с. 546]. Разом з тим, з матеріалу, що подано у подальшому, зрозуміло, що Л. Бернстайн пов'язує якість прибутку з чинниками, що її визначають. Усі чинники автор подає у вигляді трьох груп, зокрема тих, які пов'язані з обліковою політикою, можливостями щодо створення резервів для обслуговування активів, підтримки та збільшення рентабельності, а також рівнем менеджменту на підприємстві [166, с. 546–551]. У роботі питання оцінки якості прибутку подано опосередковано, через показники, які відображають зміни у витратах підприємства. Автор акцентує увагу на зв'язок між характеристиками витрат

та майбутніми доходами підприємства і на цій підставі робить висновки щодо якості прибутку [166, с. 546–551].

Шеремет А. вважає, що якість прибутку це узагальнююча характеристика джерел її формування та відзначає, що прибуток може мати високий рівень якості, якщо формується під впливом економічних чинників [167, с. 188–189].

Баканов М. та Мелентьєва В. пов'язують якість прибутку не лише з чинниками що його зумовлюють, але й зі стійкістю самого прибутку та зазначають, що «якість прибутку відображає наскільки для даної організації є характерним (стабільним) досягнутий рівень прибутку, а також ступінь використання господарських резервів для його досягнення» [165]. Науковці докладно розглядають послідовність оцінки впливу окремих чинників на прибуток торговельного підприємства (а саме стабільності доходу, структури товарообороту, витрат обігу, оборотних коштів, трудових чинників та позареалізаційних операцій), проте уникають питання визначення рівня якості самого прибутку.

Когденко В. зазначає, що хоча якість прибутку залежить від численних чинників, проте загалом вони характеризують дві ознаки «якості» прибутку – стійкість у часі та адекватність оцінки [173]. У розвиток даного питання автором подано низку показників, за якими пропонується оцінити якість прибутку (а саме структура прибутку, відхилення фактичного прибутку від його середнього значення, рівень операційного левериджу та ін.). Система сигнальних показників якості прибутку представлена також у праці [174]. До переліку показників автором включено такі як стан розрахунків з кредиторами, запас фінансової міцності, фінансовий леверидж та ін. Надаючи характеристику оцінним можливостям кожного з локальних показників, автори праць [173; 174] не наводять умови узгодження їх між собою, що викликає сумнів щодо можливості отримання адекватної оцінки якості прибутку за одночасного їх використання.

Бланк І. пов'язує якість прибутку зі структурою окремих його видів. За думкою автора у найбільш узагальнюючому вигляді якість прибутку відображає структуру джерел формування прибутку за видами діяльності – операційною, інвестиційною, фінансовою. У рамках кожного з даних видів прибутку це поняття характеризує конкретні джерела його росту [16, с. 47]. У якості роз'яснення поданого підходу у подальшому автор наголошує, що висока якість операційного прибутку характеризується зростанням обсягу випуску продукції, зниженням витрат та ін., а низька його якість – ростом цін без збільшення обсягу випуску продукції, зниженням витрат та ін. Погоджуючись зі загальним підходом щодо якісних характеристик прибутку від операційної діяльності, поданих автором, виникає питання щодо реалізації даного механізму для оцінки якості прибутку від фінансової та інвестиційної діяльності. До того ж автором не визначено параметри рівня якості прибутку. Лише відзначено такі їх характеристики як висока та низька якість [16, с. 47].

Хістева О. розглядає якість прибутку як показник сталого розвитку підприємства та визначає, що «якість прибутку ... представляє сукупність змістовних і кількісних характеристик прибутку, його формату для забезпечення розширеного розвитку підприємства» [168, с. 7]. Ґрунтуючись на тезі, що якість прибутку залежить від впливу відповідних чинників, автор виділяє організаційні, економічні та фінансові складові якості прибутку. За авторського підходу організаційна складова якості містить облікову політику та результати аудиту фінансових звітів підприємства, економічна – результат діяльності та характер надходження прибутку, фінансова джерела прибутку за видами діяльності, метод фінансування та форму оборотних коштів. Автором також запропоновано узагальнюючий показник та обґрунтована шкала якості прибутку [168, с. 11]. Узагальнюючий показник якості прибутку у авторській розробці має такий вигляд :

$$Q=0,173 \times a_1 + 0,105 \times a_2 + 0,104 \times a_3 + 0,164 \times a_4 + 0,102 \times a_5 + 0,155 \times a_6 , \quad (2.3)$$

де Q – узагальнюючий показник якості прибутку;

- a_1 – рентабельність операційної діяльності;
- a_2 – коефіцієнт загальної ліквідності;
- a_3 – коефіцієнт зміцнення платоспроможності;
- a_4 – фінансовий леверидж;
- a_5 – коефіцієнт надійності капіталу;
- a_6 – рівень операційних витрат.

Для ідентифікації якості прибутку обґрунтовано відповідну шкалу оцінок, за якою рекомендовано визначати абсолютний, добрий, задовільний та незадовільний рівні якості [168, с. 11]. Значення оцінок якості прибутку подано нижче:

- а) [4,1; вище) – абсолютний рівень якості;
- б) [2,1; 4,0] – добрий (належний) рівень якості;
- в) [0,6; 2,0] – задовільний рівень якості;
- г) (∞ ; 0,5] – незадовільний рівень якості.

Схожою за підходом, проте специфічною за складом показників є методика оцінки якості прибутку, що запропонована В. Хвостенко [176]. Узагальнюючий показник якості має наступний вигляд:

$$Q = 0,86 \times \text{РФІ} + 0,73 \times \text{СП} + 0,24 \times \text{НП} + 0,16 \times \text{ОР}, \quad (2.4)$$

де Q – узагальнюючий показник якості прибутку;

РФІ – PE ratio, коефіцієнт «ціна/прибуток»;

СП – показник стабільності прибутку;

НП – коефіцієнт надійності капіталу;

ОР – рівень операційних витрат

Значення оцінок якості прибутку є такими:

- а) [4,2; вище) – абсолютний рівень якості;
- б) [2,2; 4,1] – добрий (належний) рівень якості;
- в) [0,7; 2,1] – задовільний рівень якості;
- г) (∞ ; 0,6] – незадовільний рівень якості.

Не відкидаючи загальний підхід, що використано у працях [168; 176] для побудови узагальнюючого показника якості, відзначимо спірні моменти

щодо реалізації даних моделей у практичній діяльності. Зокрема, з огляду поданого матеріалу у праці [176], виникає питання щодо можливості реалізації розроблених моделей за умов від'ємного фінансового результату. Адже автором відзначено, що дієвість моделі апробовано за даними лише прибуткових торговельних підприємств [176, с. 11]. Щодо моделі (2.4), то до її складу включено показник $PERation$, який визначається для підприємств корпоративного типу, зокрема для публічних акціонерних товариств. Враховуючи зазначене є сумнівним використання поданої моделі для оцінки якості прибутку підприємств, що існують у інших організаційно-правових формах, зокрема приватних акціонерних товариств, товариств з обмеженою відповідальністю, тощо.

Зінченко О. визначає якість прибутку як комплексну якісно-кількісну характеристику прибутку, що пов'язана з його формуванням, розподілом, використанням та оцінкою кваліфікації робітників, організаційно-технічного рівня виробництва та ефективного їх використання [170]. Для оцінки якості прибутку автором рекомендовано використання відповідної системи показників, що угруповано за етапами руху прибутку, видами діяльності підприємства, періодом, умовами та метою, повнотою охоплення оцінки якості прибутку [171]. Моделі оцінки якості прибутку на різних етапах його руху, що подано автором, ґрунтуються на порівнянні фактичних значень прибутку підприємства з його умовними, плановими або скорегованими значеннями [172] за відповідних умов динаміки рентабельності підприємства, чистого прибутку, власного капіталу тощо [171]. З огляду на показники, що запропоновано, також виникає питання щодо дієвості поданої методики у випадку від'ємного фінансового результату за підприємством в окремі періоди часу.

Кількісні показники якості прибутку є предметом досліджень О. Дроздова [175]. Автор відзначає, що ключем до розуміння якості прибутку є структура джерел формування конкретного фінансового результату. Виходячи з того, що для різних користувачів значимими є різні фінансові

результати, автор пропонує до використання систему кількісних показників якості прибутку, яка містить показники якості валового прибутку, прибутку від продажів, прибутку до оподаткування та чистого прибутку підприємства. Згідно пропозицій Дроздова О. якість кожного з поданих фінансових результатів визначається стійкістю відповідного коефіцієнта прибутку (а саме коефіцієнта валового прибутку, коефіцієнта співвідношення прибутку від продажів та валового прибутку, коефіцієнта співвідношення прибутку від продажів та прибутку до оподаткування та коефіцієнта чистої прибутковості підприємства), стійкістю показника співвідношення відповідного виду прибутку та прибутку до оподаткування, а також стійкістю темпів приросту відповідного виду прибутку [175]. Незважаючи на переваги (а саме дослідження якості фінансового результату, як сукупності характеристик), поданий методичний підхід до оцінки якості фінансового результату не вільний від недоліків. Зокрема, згідно пропозицій автора, результатом оцінки є висновок щодо відповідності або невідповідності обґрунтованих залежностей визначеним умовам якості (а саме – позитивна динаміка темпів приросту фінансового результату за періодами часу, зростання показників рентабельності, тощо). Разом з тим, за методикою Дроздова О. складно отримати однозначний висновок щодо рівня якості фінансового результату безпосередньо та його змін у часі. Також нерівності, що складають сутність запропонованого методичного підходу, побудовано за вихідних умов, що фінансовий результат підприємства є позитивним. Таке обмеження не дозволяє використання даної методики за умов, що один з фінансових результатів діяльності підприємства є негативним.

Питання оцінки якості фінансового результату за різних його значень розглянуто у праці [172]. Зважаючи, що фінансовий результат може приймати як позитивне, так і негативне значення, автор подає дві характеристики якості фінансового результату – якість позитивного та негативного фінансового результату. За авторського трактування якість позитивного фінансового результату (прибутку) характеризується сталою

динамікою зростання надходження прибутку від основної діяльності, внаслідок підвищення результативності господарського процесу, впровадження інновацій, формування оптимальної структури капіталу, забезпечення умов довгострокового економічного розвитку [172, с. 51]. Якість негативного фінансового результату (збитку) відображає тенденції стабільного зменшення абсолютної величини збитку від основної діяльності, що зумовлені відповідними чинниками – раціональним використанням ресурсів, впровадженням інновацій, тощо [172, с. 52]. Для оцінки якості фінансового результату автор використовує відповідний коефіцієнт, що визначається за співвідношення фінансових результатів від основної діяльності та звичайної діяльності до оподаткування, а саме:

$$\text{ЯФР} = \frac{\text{ФР}_{\text{од}}}{\text{ФР}_{\text{здп}}}, \quad (2.5)$$

де ЯФР – якість фінансового результату господарської діяльності підприємства;

$\text{ФР}_{\text{од}}$ – фінансовий результат від основної діяльності;

$\text{ФР}_{\text{здп}}$ – фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування.

Ураховуючи можливі варіанти співвідношень абсолютних значень фінансових результатів автором подано варіанти розрахунку коефіцієнту якості фінансового результату. Зокрема:

$$\frac{\text{П}_{\text{од}}}{\text{З}_{\text{здп}}} = \text{ЯПФР} = \frac{\text{П}_{\text{од}}}{\text{П}_{\text{здп}}}, \quad (2.6)$$

$$\frac{\text{З}_{\text{од}}}{\text{П}_{\text{здп}}} = \text{ЯНФР} = \frac{\text{З}_{\text{од}}}{|\text{З}_{\text{здп}}|}, \quad (2.7)$$

де ЯПФР – якість позитивного фінансового результату господарської діяльності підприємства;

ЯНФР – якість негативного фінансового результату господарської діяльності підприємства;

$\text{П}_{\text{од}}$ – прибуток від основної діяльності;

$\text{П}_{\text{здп}}$ – прибуток від звичайної діяльності до оподаткування;

$Z_{од}$ – збиток від основної діяльності;

$Z_{зпп}$ – збиток від звичайної діяльності до оподаткування

Оцінка якості фінансового результату за підходу, який поданий у праці [172] здійснюється за трьохступеневою критеріальною шкалою виміру, яка відображає діапазон рівнів якості фінансового результату (високий, середній, низький) залежно від значення показників фінансового результату від основної та звичайної діяльності до оподаткування, які задовольняють вимоги відповідного критерію, а саме максимізації прибутку, мінімізації збитків та ін. [172, с. 54]. Перевагою методичного підходу до оцінки якості фінансового результату, що представлений у праці [172], порівняно з іншими розробками є можливість його використання за різних показників фінансових результатів, як позитивних так і негативних. Разом з тим, поряд з перевагами відзначимо також обмеження щодо використання представленої методики. За розробками автора висновок щодо якості фінансового результату ґрунтується на урахуванні динаміки фінансових результатів та порівнянні абсолютних їх розмірів. Такий підхід може бути реалізований лише в межах окремого підприємства. За порівняння якості фінансового результату за групою підприємств використання системи нерівностей ускладнює процес оцінки, а також призводить до зростання часових та фінансових витрат на здійснення цієї роботи, що не дозволяє використати даний механізм під час оцінки якості фінансового результату у конкурентній групі.

Для оцінки якості фінансового результату за сукупністю підприємств прийнятним є методичний підхід, поданий у праці [177]. Автор справедливо відзначає, що основним джерелом формування фінансового результату до оподаткування, який акумулює усі інші види фінансових результатів підприємства, є фінансовий результат від основної діяльності. З огляду на зазначене, як і у працях [177; 173]. Нагайчук В. пропонує оцінювати якість фінансового результату на основі співвідношення результатів від основної та звичайної діяльності до оподаткування:

$$K_{\text{яп}} = \frac{\text{ПОД}}{\text{ПЗД}}, \quad (2.8)$$

де ПОД – прибуток від основної діяльності;

ПЗД – прибуток від звичайної діяльності до оподаткування.

Розрахунок коефіцієнта здійснюється за визначених логічних обмежень, зокрема, якщо хоча б один із показників, або обидва показники, що задіяні у розрахунку, від’ємні, то коефіцієнту присвоюється знак «—». Шкала оцінювання якості прибутку у представленні автора має наступні значення [177, с. 76]:

- а) $K_{\text{яп}} \leq 0$ – неприйнятна якість прибутку;
- б) $0 < K_{\text{яп}} \leq 1$ – оптимальна якість прибутку;
- в) $K_{\text{яп}} > 1$ – допустима якість прибутку.

Як бачимо, розробки подані у роботі [177] за змістом відповідають пропозиціям, представленим у роботі [172] та відрізняються від них лише процедурою ідентифікації рівня якості. Так, за однаковості у визначенні рівня якості фінансового результату за моделлю, що подана у праці [172] додатково необхідно урахувати динаміку фінансових результатів та співвідношення абсолютних величин між ними. Процедура ідентифікації рівня якості фінансового результату за моделлю, представленої у роботі [175], більш спрощена, адже передбачає лише урахування абсолютних значень фінансових результатів та співвідношення між ними.

Розглянувши існуючі підходи до оцінювання якості фінансового результату відзначимо, що кожний з них має як переваги так і недоліки та може бути використаний за урахування мети оцінки. Так методичні підходи, що подані у працях [169-171] є доцільним для використання в межах окремого господарюючого суб’єкта. Для порівняння якості фінансового результату у групі підприємств доцільно використання моделей, поданих у працях [168; 172; 177].

Ураховуючи переваги та недоліки представлених методичних підходів та з огляду завдань дослідження у подальшому для оцінки якості фінансових

результатів за підприємствами вибіркової сукупності як базовий використано методичний підхід, що подано у працях [168; 175; 177]. Зокрема, за співвідношення фінансових результатів від основної та звичайної діяльності до оподаткування визначено коефіцієнт якості фінансового результату, та, у залежності від його значень, ідентифіковано відповідний рівень якості (високий, допустимий, неприйнятний). У розвиток поданого методичного підходу нами пропонується оцінити також стійкість джерел формування фінансового результату, для чого визначити варіацію коефіцієнту якості фінансового результату. Рівень коливань коефіцієнту якості фінансового результату слугуватиме додатковою характеристикою у визначенні загальних тенденцій розвитку фінансових результатів. Значні відхилення коефіцієнту якості від його середнього значення за визначений період часу свідчатиме про нестійкість джерел формування фінансових результатів господарюючого суб'єкта. За інших умов діагностуватиметься високий рівень стійкості джерел формування фінансових результатів господарюючого суб'єкта. Послідовність розрахунків з визначення якості фінансового результату за поданим методичним підходом передбачає реалізацію наступних етапів:

1. Сформувати масив вихідної інформації щодо фінансових результатів від основної діяльності та звичайної діяльності до оподаткування за підприємствами вибіркової сукупності за визначений період часу.
2. Визначити коефіцієнт якості фінансового результату за кожним з підприємств вибіркової сукупності за окремі періоди часу.
3. Визначити рівень якості фінансового результату. Для оцінювання рівня якості фінансового результату використати відповідну шкалу оцінювання.
4. Визначити варіацію коефіцієнта якості фінансових результатів за кожним з підприємств вибіркової сукупності.
5. Оцінити стійкість джерел формування фінансового результату за кожним з підприємств.

Порядок розрахунків показників за основними етапами оцінювання якості фінансових результатів подано на рис. 2.2.



Рисунок 2.2 – Послідовність оцінювання якості фінансового результату підприємства та стійкості джерел його формування

З дотриманням наведеної послідовності здійснено оцінювання якості фінансових результатів та стійкості джерел їх формування за підприємствами торгівлі вибіркової сукупності. Вихідна інформація та розрахунок коефіцієнта якості фінансового результату за підприємствами вибіркової сукупності представлена у таблиці Ж.1 додатка Ж, результати розрахунку – у таблицях 2.18 та 2.19.

Таблиця 2.18 – Коефіцієнт якості фінансових результатів за підприємствами вибіркової сукупності за 2010–2016 рр.

Показник	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ТОВ «Фоззі-Фуд» (Сільпо-Рітейл)	88,87	3191,83	1459,15	369,66	-2,44	-0,06	-1,29
ТОВ «Таврія-В»	-4,78	-17,79	-14,31	-3,37	0,42	0,03	-0,59
ТОВ «Сучасний модерн»	1,19	1,26	1,07	1,49	1,65	1,34	1,40
ПАТ «Базис»	1,06	0,51	11,23	1,46	1,48	2,69	0,15
ПрАТ «Фірма «Бакалія» («Економ»)	6,23	4,95	5,70	1,76	-0,05	-0,20	-1,00
ТОВ «Аргон»	1,63	2,10	6,46	-7,60	-7,89	19,09	-2,93
ПАТ «Рітейл Груп»	-0,18	-1,00	-0,26	-5,60	-0,51	-0,59	-2,62

Розраховані коефіцієнти свідчать про загальний низький рівень якості фінансових результатів торговельних підприємств. Значна частка торговельних мереж, для яких коефіцієнт якості перевищує 1,0, свідчить про те, що позитивний результат від звичайної діяльності досягається виключно за рахунок позитивного фінансово результату від основної діяльності, сальдо доходів та витрат за іншими видами діяльності є від'ємним. Разом з тим, упродовж досліджуваного періоду лише для 1 з 7 підприємств діагностовано високий рівень якості фінансового результату, тобто лише за 1 з 7 досліджених торговельних мереж як за основною так і за іншими видами діяльності доходи перевищували витрати (табл. 2.19).

За результатами дослідження встановлено, що торговельні мережі мають низький рівень якості фінансових результатів. За періодами часу

структура підприємств змінюється в бік зростання кількості торговельних мереж з неприйнятною структурою фінансових результатів.

Таблиця 2.19 – Склад підприємств вибіркової сукупності за якістю фінансових результатів за 2010–2016 рр.

Показник	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Підприємств усього, одиниць	7	7	7	7	7	7	7
у т. ч кількість підприємств, одиниць, за якими якість фінансових результатів є:							
висока	0	1	0	0	1	1	1
допустима	5	4	5	4	2	3	1
неприйнятна	2	2	2	3	4	3	5

Для оцінювання стійкості структури фінансових результатів використано дані за коефіцієнтами якості з подальшою трансформацією лінгвістичних оцінок у кількісні. Використано 3-бальну шкалу оцінок. Умови переходу від лінгвістичної до кількісної оцінки такі: неприйнятна якість фінансових результатів відповідає 1 б, допустима – 2 б., висока – 3 б. Вихідна інформація для оцінювання стійкості структури джерел формування фінансових результатів наведена у табл. Ж.2 додатку Ж, результати – у таблиці 2.20.

Таблиця 2.20 – Склад підприємств вибіркової сукупності за варіацією коефіцієнта якості фінансових результатів за 2010–2016 рр.

Показник	Значення
Усього підприємств, одиниць	7
у т. ч, кількість підприємств, одиниць, за якими варіація коефіцієнта якості : висока, $V < 33,0\%$	1
низька, $V < 33,0\%$	6

За розрахунками зроблено висновок, що торговельні підприємства мають неприйнятна структуру фінансових результатів, яка, до того ж є стійкою за періодами часу, що свідчить про актуальність формування

ефективної систем и управління фінансовими результатами на досліджуваних торговельних підприємствах.

Проведені дослідження дозволяють зробити наступні висновки.

1. Незважаючи на спад світової економіки, у сегменті світової роздрібно́ї торгівлі відмічено позитивні зрушення. Фінансовий результат діяльності світових компаній за 2013–2015 рр. здебільшого позитивний. Економічне середовище для компаній роздрібно́ї торгівлі характеризується впливом різних факторів, а саме: повільним економічним зростанням в основних розвинених країнах, високим рівнем боргу в країнах, що розвиваються, проблемними кредитними ринками та погіршенням демографічної ситуації в багатьох країнах. Така ситуація характерна не для всіх регіонів світу: в той час, як ритейлери з Північної Америки, Африки і Близького Сходу відзначають зростання виручки, компанії в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, Європі та Латинській Америці переживають спад темпів зростання.

2. З'ясовано, що відмінність вітчизняного та європейського ринків роздрібно́ї торгівлі проявляється в наступних тенденціях: невисока частка національних операторів на ринку мережевої торгівлі; частковий перехід європейських виробників і постачальників продукції на інші канали збуту продукції; недостатність якісних торговельних площ в Україні; обмежений доступ до закордонних ринків; збереження позицій традиційних форматів роздрібно́ї торгівлі; обмежений доступ вітчизняних операторів до кредитних ресурсів, необхідних для розвитку підприємств роздрібно́ї торгівлі; невисока ефективність рекламних матеріалів; переміщення суттєвої кількості споживачів з традиційної «офф-лайн» торгівлі до «он-лайн» каналів придбання товарів і послуг. Порівняння стану розвитку вітчизняної роздрібно́ї торгівлі та європейських країн дає змогу визначити також реальні стратегічні орієнтири для подальшого зростання цієї галузі.

3. З'ясовано, що фінансові результати діяльності підприємств торгівлі упродовж 2010–2016 рр. мали нестійкий характер. У період 2010–2012 рр. діяльність торговельних підприємств загалом в Україні була прибутковою, у 2013–2015 рр. – збитковою. За підсумками 2016 р. фінансові результати до оподаткування за підприємствами галузі позитивні та становлять 7277,0 млн. грн. Попри позитивні результати в 2016 р. динаміка фінансових результатів за прибутковими підприємствами торгівлі поступається підприємствам інших видів економічної діяльності. Середньорічний темп росту фінансових результатів за групою прибуткових підприємств торгівлі визначено на рівні 109,7% проти 118,5% за підприємствами інших видів економічної діяльності.

4. Дослідження, проведене за даними вибіркової сукупності, до якої було включено 7 мережевих підприємств роздрібної торгівлі – суб'єктів ЗЕД, за період 2010–2016 рр. дозволило виявити особливості формування фінансових результатів у торговельних мережах. Упродовж досліджуваного періоду за торговельними мережами діагностовано загальне зростання чистого доходу, а також високі та стійкі темпи росту чистого доходу, що свідчить про високий рівень захищеності торговельних мереж від зовнішніх ризиків в цілому та фінансової кризи, що мала місце у досліджуваній період, зокрема. Визначено, що для торговельних мереж діяльність з реалізації товарів та послуг здебільшого є прибутковою упродовж усього досліджуваного періоду. Фінансовий результат від реалізації за більшістю підприємств є позитивним. Попри активність підприємств торгівлі у фінансовій та інвестиційній діяльності, загальний фінансовий результат від інших видів звичайної діяльності за групами підприємств негативний. Це свідчить про незбалансованість відповідних доходів та витрат упродовж досліджуваного періоду та недостатню готовність менеджменту торговельних підприємств до пошуку компенсаторів зростаючих витрат за іншими видами поточної діяльності.

5. З огляду загальних цільових настанов щодо управління фінансовими результатами за підприємствами роздрібної торгівлі вибіркової сукупності

досліджено якість фінансових результатів та стійкість джерел їх формування. У підсумку зроблено висновок про те, що торговельні підприємства мають неприйнятну структуру фінансових результатів, яка, до того ж є стійкою за періодами часу, що свідчить про актуальність формування ефективної системи управління фінансовими результатами на досліджуваних торговельних підприємствах.

Результати дослідження за даним розділом відображено у публікаціях [178 – 181].

3 НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МОНІТОРИНГУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ – СУБ'ЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1 Науково-методичні засади систематизації показників моніторингу фінансових результатів підприємств – суб'єктів ЗЕД

Моніторинг фінансових результатів підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) реалізується за відповідної системи показників. Склад та джерела вхідної інформації, методичні засади формування показників зумовлюють якість висновків за результатами моніторингу, що використовуються під час обґрунтування рішень за окремими аспектами діяльності господарюючого суб'єкта. Зазначене зумовлює доцільність дослідження питань щодо сутності та видів показників, а також визначення вимог щодо використання їх у моніторингу фінансових результатів підприємств суб'єктів ЗЕД.

У загальному вигляді показник визначають як дані, інформацію про властивості визначеного об'єкта, процесу. Враховуючи якісну та кількісну сторони показників, виділяють показники, що характеризують конкретні об'єкти та явища (процеси), а також абсолютні та відносні, прямі та зворотні показники [182, с. 42–52]. Для об'єктів та процесів є характерним складність та внутрішня структурованість, що потребує для їх опису не одного, а сукупності показників, які угруповують за змістом, ступенем синтезу, рівнем відображення причинно-наслідкових відносин, способом формування та іншими ознаками.

З поданих характеристик для моніторингу фінансових результатів значущим є формування системи показників за причинно-наслідковим зв'язком, зокрема формування сукупності показників-індикаторів та інформативних показників. У потоці даних інформативні показники є вхідними, індикатори – вихідними показниками. З точки зору особливостей

формування показники-індикатори є результативними, побудованими на підставі інформативних показників. У свою чергу інформативні показники формуються за даними планів та завдань розвитку підрозділів підприємства, облікових та звітних даних бухгалтерського, статистичного та управлінського обліку.

Урахування причинно-наслідкових зв'язків між показниками під час моніторингу фінансових результатів дозволяє не лише виділити показники-індикатори та інформативні показники, а також систематизувати останні за рівнем зв'язку з показником-індикатором за періодами часу. Інформативні показники та показники-індикатори з встановленням залежності між ними виявляється доцільним подати у табличній формі. На підставі окремих пропонується створити звід таблиць, що становило б методичне забезпечення моніторингу фінансових результатів підприємства – суб'єкта ЗЕД. Зокрема, до методичного забезпечення моніторингу фінансових результатів пропонується включити систему показників-індикаторів, систему інформативних показників, а також опис формалізованого зв'язку між інформативними показниками та показниками-індикаторами (рис. 3.1).

Розглядаючи питання організації моніторингу об'єкта/процесу, науковці виділяють вимоги щодо показників, які використовуються. Попри різні об'єкти моніторингу позиції дослідників щодо критеріїв під час вибору показників співпадають. Зокрема, як основні критерії відбору показників для моніторингу виділяють такі, як вимірюваність, адекватність, ідентичність, доступність та доречність [182; 183; 185]. Погоджуючись із тим, що показники моніторингу повинні відповідати визначеним критеріям, відзначимо, що під час розгляду даного питання науковці акцентують увагу переважно на показниках-індикаторах та не висувають вимог до інформативних показників. Уважаємо такий підхід невірним, адже під час дослідження причинно-наслідкових зв'язків, що характерно під час моніторингу, показник, що розглядається як результативний та відображає результат впливу на об'єкт/процес деяких причин, за інших умов та цільових

настанов виступатиме у вигляді факторного показника. А отже критерії, що висуваються до індикаторів у повній мірі повинні використовуватись і до інформативних показників.

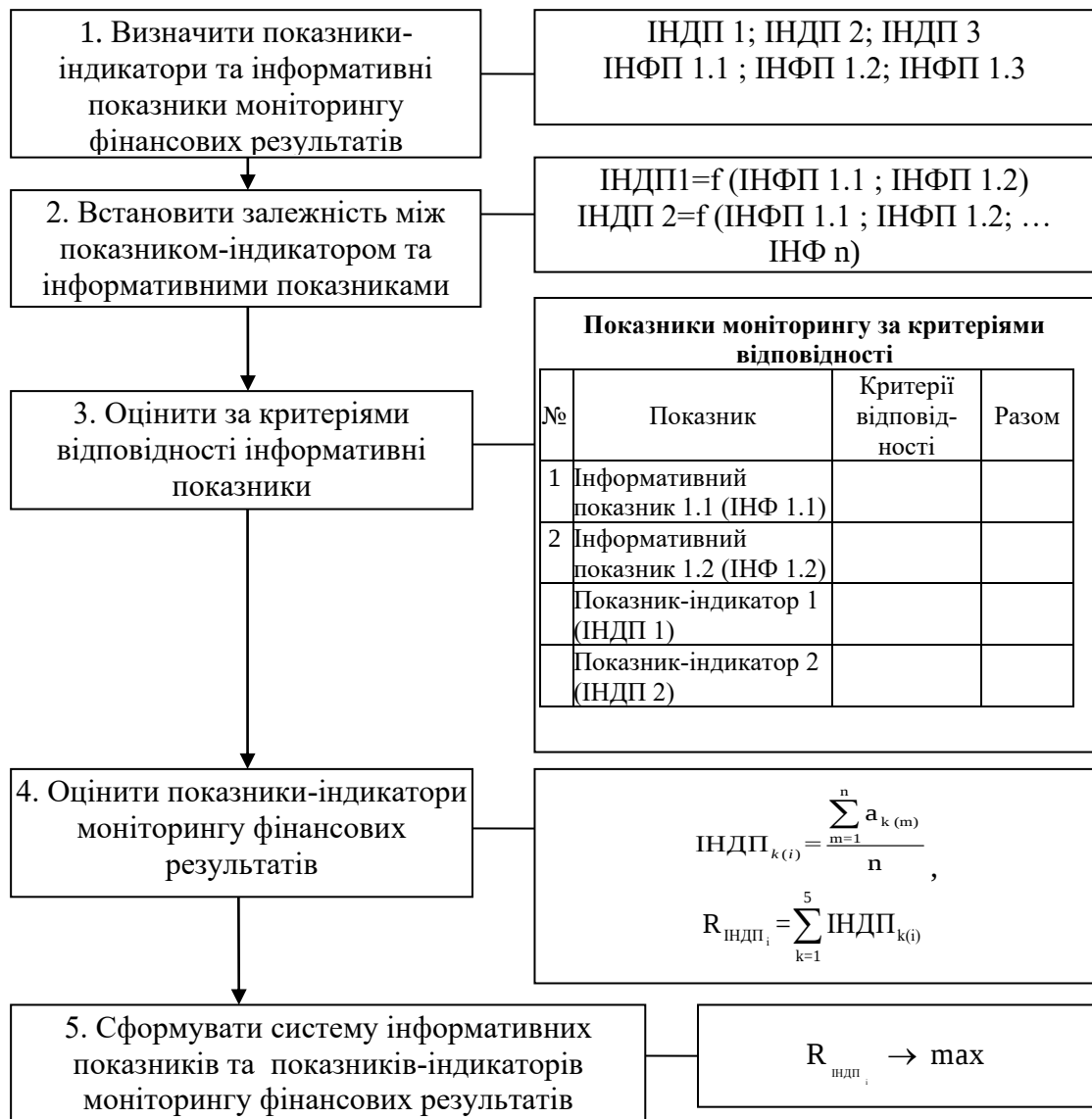


Рисунок 3.1 – Показники-індикатори та інформативні показники у системі методичного забезпечення моніторингу фінансових результатів підприємства – суб'єкта ЗЕД (розроблено авторами)

Критерії щодо показників прийнятні як на етапі формування системи показників, так і для коригування уже діючої системи моніторингу. Під час відбору показників для формування /коригування системи показників

моніторингу фінансових результатів рекомендовано використання методу експертної оцінки. В якості експертів доцільно залучити працівників економічного підрозділу підприємства, які безпосередньо зайняті моніторингом фінансових результатів.

Послідовність розрахунків під час формування системи показників для моніторингу рекомендовано здійснювати за наступними етапами.

1. Визначити показники-індикатори та інформативні показники.
2. Встановити залежність між показником-індикатором та інформативним показником.

3. Оцінити за критеріями відповідності інформативні показники.

4. Оцінити за критеріями відповідності показники-індикатори.

Для оцінки інформативних показників та показників-індикаторів доцільно використання залежностей (3.1) та (3.2).

$$\text{ІНДП}_{k(i)} = \frac{\sum_{m=1}^n a_{k(m)}}{n}, \quad (3.1)$$

де $\text{ІНДП}_{k(i)}$ – кількість балів за k -м критерієм i -го показника-індикатора;

$a_{k(m)}$ – кількість балів за k -м критерієм m -го інформативного показника;

n – кількість інформативних показників, що включено до моделі показника-індикатора.

$$R_{\text{ІНДП}_i} = \sum_{k=1}^5 \text{ІНДП}_{k(i)}, \quad (3.2)$$

де $R_{\text{ІНДП}_i}$ – загальна кількість балів за i -м показником-індикатором.

Оцінку рекомендовано здійснювати за п'ятибальною шкалою за дотримання наступних умов:

- а) 5 балів – повна відповідність показника критерію;
- б) 1 бал – повна невідповідність показника критерію;
- в) 2, 3, 4 бали – проміжні характеристики відповідності показника критерію. Результати експертної оцінки показників (як показників-індикаторів, так і інформативних показників) доцільно подати у вигляді

таблиці. З огляду результатів оцінки вважаємо за можливе рекомендувати до використання у системі моніторингу показники, загальна кількість балів за якими коливається в межах 20...25 балів. За інших умов якість отриманих висновків за результатами моніторингу буде невисокою.

Формування підсистеми інформативних показників та показників-індикаторів залежить від особливостей організації моніторингу на підприємстві. Зокрема, його проведення залежатиме від основних напрямів моніторингу фінансових результатів та низки передумов, а саме рівня прийняття управлінських рішень, цільових настанов та методичних засад реалізації. Враховуючи зазначене до використання пропонується карта видів моніторингу фінансових результатів, що розроблена з урахуванням напрямів в управлінні та основних характеристик моніторингу (рис. 3.2) [183]. Під час розробки поданої карти враховано основні класифікаційні ознаки, що використано для угруповання існуючих видів моніторингу, прийнятних для реалізації у моніторингу фінансових результатів діяльності.

Характеристики	Напрямок в управлінні фінансовими результатами		
	Моніторинг формування фінансових результатів	Моніторинг використання фінансових результатів	
Рівень управлінських рішень	Оперативний моніторинг	тактичний моніторинг	стратегічний моніторинг
Цільові настанови	базовий моніторинг		
	проблемний моніторинг		
Методичні засади реалізації	комплексний моніторинг		
	динамічний моніторинг		
			конкурентний моніторинг
			порівняльний моніторинг

Рисунок 3.3 – Карта видів моніторингу фінансових результатів підприємства – суб'єкта ЗЕД

На підставі розробленої карти кожне підприємство – суб'єкт ЗЕД може сформувати свою систему моніторингу фінансових результатів із огляду завдань та можливостей її реалізації. Як основні напрями формування

показників моніторингу виділено моніторинг формування та використання фінансових результатів, що відповідає загальним напрямам в управлінні фінансовими результатами підприємства. У свою чергу цільові настанови, рівень управлінських рішень та методичні засади реалізації визначатимуть особливості формування системи інформативних показників та показників-індикаторів [183]. Зокрема, цільові настанови є визначальними для формування системи показників-індикаторів та подання їх у формалізованому вигляді, рівень управлінських рішень – для формування складу інформативних показників та показників-індикаторів із огляду джерел інформації; методичні засади реалізації – для обґрунтування порогових та цільових значень показників-індикаторів. З огляду на зазначене нижче подано показники (інформативні та показники-індикатори), що систематизовано за виділених напрямів в управлінні фінансовими результатами та характеристиками моніторингу.

Враховуючи рівень прийняття управлінських рішень, у межах моніторингу формування фінансових результатів пропонується виділити моніторинг, що реалізується за вирішення завдань оперативного, тактичного та стратегічного характеру. З огляду особливостей інформаційного забезпечення для торговельного підприємства рекомендовано прийняти об'єктом оперативного моніторингу – валовий дохід, тактичного моніторингу – дохід від реалізації, стратегічного моніторингу – сукупність фінансових результатів за видами діяльності та послідовністю формування, а також нерозподілений прибуток, що спрямований на розвиток підприємства.

Важливим під час формування сукупності показників є урахування цільових настанов, що впливатиме на відбір показників-індикаторів та інформативних показників. За інших рівних умов моніторинг фінансових результатів організується за двох цільових настанов, а саме виявлення закономірностей, небезпек та резервів підвищення фінансових результатів підприємства, а також відстеження змін за окремим проблемним напрямом. Подані цільові настанови пов'язані. За результатами моніторингу, що носить

базовий характер, формується моніторинг за визначеним проблемним напрямом діяльності підприємства – суб'єкта ЗЕД. Зокрема, за результатами попередньої оцінки об'єктами проблемного моніторингу можуть бути чистий прибуток, валовий дохід, фінансовий результат від реалізації та ін.

Наступна характеристика, що врахована під час обґрунтування системи показників моніторингу фінансових результатів – методичні засади реалізації. Дана ознака є визначальною за формалізації самого показника-індикатора та інформативних показників. Так як комплексний моніторинг передбачає організацію спостереження та вимірювання за низкою критеріїв, з даного приводу відзначимо наступне. Як компонента, що інтегрована в загальну систему управління, моніторинг фінансових результатів формується за загальних цільових настанов та критеріїв діяльності підприємства. У будь-якому випадку об'єктом моніторингу є фінансовий результат, який набуває різних видів з огляду напрямку моніторингу, а саме – моніторингу формування чи використання фінансових результатів. З огляду на зазначене до сукупності показників, що підлягають моніторингу, слід включити такі показники, як валовий дохід, фінансовий результат від реалізації, фінансовий результат від іншої операційної діяльності та ін., що характеризують особливості формування фінансових результатів, а також показники чистого прибутку, що капіталізований та сплачений, які відображають особливості використання фінансових результатів на підприємстві [183]. Окрім поданих пропонується під час комплексного моніторингу використання також показників, що відображають результативність та ефективність формування і використання фінансових результатів.

Послідовність обґрунтування системи інформативних показників та показників-індикаторів для моніторингу фінансових результатів торговельного підприємства подана на рисунку 3.3.

Система показників-індикаторів моніторингу фінансових результатів підприємства

№	Показник	Період моніторингу			
		1	2	...	t
1	Показник-індикатор 1				
2	Показник-індикатор 2				
...					
n	Показник-індикатор n				

Система інформативних показників моніторингу фінансових результатів підприємства

№	Показник	Період моніторингу			
		1	2	...	t
1	Інформативні показники для формування показника-індикатора 1				
1.1	Інформативний показник 1.1				
1.2	Інформативний показник 1.2				
1.3	Інформативний показник 1.3				
1.4	Інформативний показник 1.4				
2	Інформативні показники для формування показника-індикатора 2				
2.1	Інформативний показник 2.1				
2.2	Інформативний показник 2.2				

Формалізація зв'язку між показниками-індикаторами та інформативними показниками фінансових результатів

№	Показник	Позначка	Формалізація
1	Показник-індикатор 1	ІНДП1	ІНДП1 = f (ІНФП 1.1 ; ІНФП 1.2)
	Інформативні показники для формування показника-індикатора 1		
I рівень	Інформативний показник 1.1	ІНФП 1.1	ІНФП 1.1 = f (ІНФП 1.3; ІНФП 1.4)
	Інформативний показник 1.2	ІНФП 1.2	ІНФП 1.2 = f (ІНФП 1.3; ІНФП 1.5)
II рівень	Інформативний показник 1.3	ІНФП 1.3	...
	Інформативний показник 1.4	ІНФП 1.4	
2	Показник-індикатор 2		
	Інформативні показники для формування показника-індикатора 2		
I рівень	Інформативний показник 1.1		
	Інформативний показник 1.2		

Рисунок 3.3 – Модель обґрунтування системи інформативних показників та показників-індикаторів для моніторингу фінансових результатів підприємства – суб'єкта ЗЕД (розроблено авторами)

Незважаючи на те, що показники результативності та ефективності відображають досягнення цілей підприємства та використовуються разом, вони відрізняються за змістовним наповненням, що зумовлено різним змістовним наповненням самих критеріїв «результативність» та «ефективність». Результативність відображає ступінь досягнення цілі, ефективність – якими зусиллями дані результати отримані. У формалізованому вигляді показники результативності визначаються, як співвідношення між фактичною та базовою (цільовою) величиною, а показники ефективності – як співвідношення між результатом та витратами (ресурсами), що понесені (залучені) для отримання даних результатів. З огляду на зазначене, за комплексного моніторингу пропонується виділити показники-індикатори, що характеризують абсолютні величини, а також результативність, ефективність формування та використання фінансових результатів.

Перелік основних показників-індикаторів та інформативних показників подано у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Систематизація показників для комплексного моніторингу фінансових результатів підприємства – суб'єкта ЗЕД

№	Показник
1	Показники, що відображають фінансові результати за послідовністю формування
1.1	Валовий дохід
1.2	Фінансовий результат від реалізації
1.3	Фінансовий результат від іншої операційної діяльності
2	Показники, що відображають напрями використання фінансових результатів
2.1	Сума капіталізованого чистого прибутку
2.2	Сума капіталізованого чистого прибутку, спрямованого до резервного та інші страхові фонди підприємства
2.3	Сума чистого прибутку, що сплачений власникам підприємства
2.4	Сума чистого прибутку, що сплачений працівникам підприємства
3	Показники, що відображають результативність формування фінансових результатів
3.1	Ступінь виконання плану з формування валового доходу
	валовий дохід фактичний
	валовий дохід за планом

Продовження табл. 3.1

3.2	Ступінь виконання плану з формування фінансового результату від реалізації
	фінансовий результат від реалізації за планом
	фінансовий результат від реалізації фактичний
4	Показники, що відображають ефективність формування фінансових результатів
4.1	Рентабельність витрат
	фінансовий результат
	витрати, понесені для отримання фінансового результату
4.2	Рентабельність реалізації
	фінансовий результат
	товарооборот
4.3	Рентабельність власного капіталу
	чистий фінансовий результат (чистий прибуток)
	власний капітал (середній розмір за період)
5	Показники, що відображають результативність використання фінансових результатів
5.1	Ступінь виконання плану з капіталізації чистого прибутку:
	чистого прибутку за планом
	чистого прибутку фактична
5.2	Ступінь виконання плану зі споживання чистого прибутку:
	спрямованого на споживання за планом
	спрямованого на споживання фактична
6	Показники, що відображають ефективність використання фінансових результатів
6.1	Коефіцієнт інвестування прибутку
	сума капіталізованого чистого прибутку, спрямована на інвестування приросту активів у звітному періоді
	сума капіталізованого чистого прибутку у звітному періоді
6.2	Коефіцієнт дивідендних виплат
	сума чистого прибутку, сплачена власникам підприємства
	сума чистого прибутку підприємства

Особливість динамічного моніторингу – порівняння фактичних показників-індикаторів із даними аналогічного періоду минулого року або попереднього періоду звітної року. Результати такого моніторингу використовують як для виявлення резервів підвищення, так і для урахування сезонної компоненти у формуванні фінансових результатів. З огляду на зазначене, для динамічного моніторингу доцільним є використання показників-індикаторів, що відображають відносні зміни фактичних абсолютних значень фінансових результатів порівняно з попереднім періодом звітної року (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Систематизація показників для динамічного моніторингу фінансових результатів підприємства – суб'єкта ЗЕД

№	Показник
1	Показники, що відображають динаміку формування фінансових результатів
1.1	Приріст (зниження) фінансового результату
	фактичний фінансовий результат звітного періоду
	фактичний фінансовий результат попереднього періоду
1.2	Приріст (зниження) рентабельності витрат:
	звітного періоду
	попереднього періоду
2	Показники, що відображають динаміку використання фінансових результатів
2.1	Приріст (зниження) коефіцієнта інвестування прибутку:
	звітного періоду
	попереднього періоду
2.2	Приріст (зниження) коефіцієнта дивідендних виплат:
	звітного періоду
	попереднього періоду

За необхідності отримання інформації у розширеному вигляді, доцільно порівняти абсолютні значення фінансових результатів підприємства (центру відповідальності) звітного року з даними аналогічних періодів минулого року. Для виявлення резервів підвищення фінансових результатів у розвиток динамічного моніторингу на підприємстві доцільна організація конкурентного моніторингу. У такому випадку система інформативних показників доповнюється даними щодо обсягу та складу фінансових результатів за сукупністю підприємств-конкурентів, а також напрямів їх використання.

Формування системи показників базується на даних підприємств-конкурентів, що оприлюднені у відповідних періодичних та електронних виданнях.

У конкурентному моніторингу рекомендовано використання показників-індикаторів, що відображають ефективність формування та використання фінансових результатів. Показники-індикатори, що відображають абсолютні розміри фінансових результатів, за конкурентного моніторингу втрачають сенс.

За побудови стратегії розвитку підприємства на засадах бенчмаркінгу на підприємстві доцільно формування порівняльного моніторингу, як бази порівняння, орієнтованої на кращі показники конкурентів. Результати порівняльного моніторингу фінансових результатів використовують для оцінки та обґрунтування стратегічних рішень торговельного підприємства, а саме рішення щодо збереження/зміни торговельних форматів, диверсифікації діяльності, коригування асортиментної та цінової політик, політики розподілу прибутку тощо. З огляду, що базовими є найкращі значення підприємств-конкурентів, порівняльний моніторинг фінансових результатів доцільно реалізувати в межах конкурентного моніторингу. Склад показників індикаторів для конкурентного моніторингу фінансових результатів подано у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Систематизація показників для конкурентного моніторингу фінансових результатів торговельного підприємства

№	Показник
1	Показники, що відображають ефективність формування фінансових результатів
1.1	Рентабельність витрат:
	за даними підприємства
	за підприємством-конкурентом 1
	за підприємством-конкурентом 2
	максимальний показник рентабельності за підприємством-конкурентом
1.2	Рентабельність реалізації:
	за даними підприємства
	за підприємством-конкурентом 1
	за підприємством-конкурентом 2
	максимальний показник-рентабельність реалізації за підприємством-конкурентом
2	Показники, що відображають ефективність використання фінансових результатів
2.1	Коефіцієнт інвестування прибутку:
	за даними підприємства
	за підприємством-конкурентом 1
	за підприємством-конкурентом 2
	максимальний коефіцієнт інвестування прибутку за підприємством-конкурентом
2.2	Коефіцієнт дивідендних виплат:
	за даними підприємства
	за підприємством-конкурентом 1
	за підприємством-конкурентом 2
	максимальний коефіцієнт дивідендних виплат за підприємством-конкурентом

Вище подано угруповання показників-індикаторів моніторингу фінансових результатів за різними його видами (оперативний, стратегічний, тактичний, базовий, проблемний та ін.). Відзначимо зв'язок між окремими характеристиками, що використано для типізації видів моніторингу та, відповідно, класифікації показників-індикаторів. Зокрема, проблемний моніторинг організується за результатами базового, а показники для конкурентного та порівняльного моніторингу доцільно формувати на основі критерію ефективності формування та використання фінансових результатів за прийняття рішень стратегічного характеру.

Попри сукупність характеристик пріоритетним у формуванні показників-індикаторів є цільова спрямованість моніторингу, що відповідає загальній цілі управління фінансовими результатами підприємства. За визначенням, яке подано у праці [70], основною метою управління фінансовими результатами є забезпечення необхідного їх розміру на кожному етапі формування [70, с. 49]. Умову поетапного послідовного формування фінансових результатів використано для систематизації показників-індикаторів.

Зокрема, з огляду періодичності та джерел надходження інформації система моніторингу фінансових результатів подана як сукупність показників-індикаторів, що відображають послідовні етапи у розвитку фінансових результатів підприємства, а саме – формування валового доходу, формування фінансових результатів від реалізації, а також формування фінансових результатів за видами діяльності та їх розподіл. Ураховуючи рівні прийняття управлінських рішень та послідовність формування фінансових результатів, показники-індикатори моніторингу фінансових результатів доцільно подати у вигляді багаторівневої системи, яка включає групи показників моніторингу валового доходу, фінансового результату від реалізації, фінансового результату до оподаткування, чистого фінансового результату та нерозподіленого прибутку [183].

Для моніторингу за кожним із видів фінансових результатів виділено показники, що відображають абсолютний розмір, динаміку, результативність та ефективність формування / використання фінансових результатів (Додаток В).

Перша група індикаторів ґрунтується на показниках формування валового прибутку. Дана група включає сукупність абсолютних, відносних структурних показників, що відображають стан та динаміку валового прибутку (збитку) у цілому по підприємству, у розрізі його структурних підрозділів, товарних груп, видів та форм продажів. Показники-індикатори обчислюються щонеділі або щодавно, що дозволяє в оперативному режимі приймати рішення щодо формування даного фінансового результату за структурним підрозділом, товарною групою, окремою партією товарів. За показниками валового прибутку (збитку) за неділями (декадами) визначається підсумкова величина фінансового результату за місяць, що становить основу показників-індикаторів наступного рівня.

Друга група індикаторів включає сукупність абсолютних, відносних структурних показників, що відображають формування фінансового результату від реалізації. Дані показники розраховуються щомісячно. В їх основі – показники валового доходу, а також дані щодо поточних витрат в цілому по підприємству та у розрізі його структурних підрозділів за звітний період.

Третя група індикаторів включає показники, що характеризують формування фінансових результатів загалом по підприємству та у розрізі основних видів діяльності. Інформація для визначення показників-індикаторів накопичується поступово упродовж кварталу та включає, окрім інформації про фінансові результати від реалізації, також дані про інші доходи (доходи від операційної оренди, доходи від реалізації необоротних активів і т. ін.) та витрати (податок на прибуток, відсотки за використання кредитними ресурсами і т. ін.), що виникають на підприємстві упродовж звітного періоду й знаходять відображення у фінансовій звітності. Дані за

кварталом використовують для розрахунку показників-індикаторів на рівні року.

Четверта група індикаторів ґрунтується на показниках, що відображають абсолютну величину, динаміку, результативність та ефективність формування чистого фінансового результату (чистого прибутку) торговельного підприємства. Враховуючи, що чистий прибуток – кінцевий фінансовий результат, за відсутності налагодженого управлінського обліку, формування моніторингу за показниками зміни чистого прибутку результативності та ефективності його формування достатньо для подальшої оцінки успішності функціонування та розвитку торговельного підприємства.

П'ята група індикаторів сформована за загальних цільових настанов відстеження за використанням фінансових результатів. Для вирішення даного завдання рекомендовано використання відповідних абсолютних показників, а також показників структури, результативності та ефективності використання фінансових результатів. Якщо на підприємстві організований конкурентний моніторинг, до групи показників формування та використання фінансових результатів за підсумками кварталу включають також відповідні показники за підприємствами-конкурентами [183].

Таким чином, розроблена система показників-індикаторів є дієвим інструментом підвищення ефективності управління на підприємстві. Система показників-індикаторів, що наведена, є уніфікованою, адже ґрунтується на даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності та включає лише ті показники, що можуть бути використані без застережень у підприємствах – суб'єктах ЗЕД будь-якої організаційно-правової форми існування, розміру, форми товарної спеціалізації, тощо. Разом із тим, за необхідності, подана система може бути модифікована за рахунок розширення переліку показників-індикаторів у межах виділених їх груп за видами фінансових результатів, що дозволяє отримувати інформацію щодо формування та використання фінансових результатів у розширеному вигляді.

3.2 Формування порогових значень показників базового моніторингу фінансових результатів підприємств – суб'єктів ЗЕД

У переліку об'єктів, що підлягають моніторингу на торговельному підприємстві – суб'єкті зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), значну увагу приділяють фінансовим результатам, позитивна величина яких є цільовою настановою діяльності господарюючого суб'єкта, підґрунтям для виконання зобов'язань перед державою та власниками, контрагентами та іншими зацікавленими сторонами, основним джерелом фінансування програм соціального розвитку колективу. Абсолютний розмір фінансових результатів, їхня динаміка та структура відображають якість та ефективність побудованої системи економічних відносин між підприємством та іншими суб'єктами, свідчать як про досягнуті результати, так і про потенційні можливості розвитку господарюючого суб'єкта. Досягнення стійких конкурентних переваг, рівень інвестиційної привабливості та ділової активності підприємства також у значній мірі залежать від фінансових результатів, що доводить актуальність дослідження питань щодо управління ними.

Різні аспекти управління фінансовими результатами знайшли відображення в працях вітчизняних та закордонних вчених. Зокрема у працях І. Бланка, Ф. Бутинця, В. Ковальова подано концептуальні основи механізму управління фінансовими результатами, у працях Н. Власової, Л. Лігоненко, Р. Хиггінса, А. Шеремета та ін. – методичний інструментарій їх діагностики та аналізу, у працях А. Садекова, Л. Фролової розглянуто особливості моніторингу фінансових результатів господарюючого суб'єкта. Надаючи належне існуючим розробкам, відзначимо, що в питаннях моніторингу фінансових результатів залишається чимало проблем, які потребують дослідження. Однією з таких проблем є встановлення базових значень показників-індикаторів моніторингу фінансових результатів. Саме за результатами відхилення фактичного показника-індикатора від його встановленого значення приймаються рішення щодо підтримки або зміни

діючої політики управління фінансовими результатами в цілому, або окремих її складових. Значущість встановлених значень показників-індикаторів як бази порівняння та стандартів для моніторингу фінансових результатів зумовлює доцільність досліджень у даному напрямку.

Одним із етапів у загальній послідовності формування системи моніторингу фінансових результатів є встановлення нормативних значень показників-індикаторів та порівняння фактичних значень із встановленими стандартами, що широко використовується у практиці господарській діяльності. Проте встановлені стандарти за різних розробок подаються як «порогові», «граничні», «оптимальні», а отже різняться за змістом. Так «оптимальне» походить від англійського «optimum», що означає найкращий варіант досягнення мети за визначених умов (ресурсів). В економіці «оптимум» використовують під час подання характеристики ефективності. Зокрема ефективність визначають як досягнення максимального результату за наявних ресурсів або отримання визначеного результату за мінімуму ресурсів (витрат) [8, 193, 194]. У математиці знаходження оптимуму пов'язано з визначеними обмеженнями та критеріями. У загальному вигляді математична постановка оптимізаційної задачі передбачає визначення найбільшого (максимального) або найменшого (мінімального) значення (екстремуму) цільової функції за заданих функцій, що формують систему обмежень. У менеджменті оптимальне значення деякої характеристики залежить від обраного критерію [79].

Порогові значення відображають межу, перетин якої зумовлює якісні зміни системи, перехід її від одного стану до іншого. Зокрема пороговим значенням у забезпеченні позитивного фінансового результату є точка беззбитковості, перетин якої свідчить про якісні зміни системи, а саме отримання прибутку чи збитку на підприємстві. Пороговим значенням є також обсяг діяльності, збільшення якого зумовлює нарощення ресурсного забезпечення та зростання не лише змінних, але й постійних витрат господарюючого суб'єкта.

На відміну від порогових граничні значення показників носять загальний обмежувальний характер та відображають проміжок усіх можливих варіантів значень показника. За інших однакових умов сукупність показників існує лише у визначених межах, поданих максимальним та мінімальним їх значенням, що і становить суть граничних значень показників. У співвідношенні оптимальних, порогових та граничних значень оптимальні та порогові значення входять до загальної сукупності значень показника, що обмежується граничними значеннями.

У моніторингу значущим є визначення цільових показників, які відображають бажаний стан системи, є розрахунковими, прогнозними, плановими, та з огляду сутнісного наповнення, відповідають оптимальним, а також верхнім граничним і пороговим значенням. Цільові значення порівнюють із фактичними, і саме ступінь відхилення фактичних значень від цільових є підґрунтям для висновку щодо досягнення цілей управління визначеним об'єктом. На противагу цільовим на підприємстві доцільно визначити критичні значення за визначеними показниками. За змістом «критичне» значення є близьким до «порогового», проте воно більшою мірою асоціюється з межею, порушення якої зумовлює несприятливі, загрозливі зміни для економічної системи. У цьому сенсі критичне порівняно з пороговим є більш точною характеристикою, адже відображає не просто умови переходу системи до нового рівня якості, а визначає умови погіршення ситуації. Критичним на підприємстві може бути прийнято як порогове, так і нижнє граничне значення.

Порогові та цільові значення показників є значущими під час моніторингу фінансових результатів підприємств торгівлі – суб'єктів ЗЕД. Оскільки за загальними цільовими настановами виділяють два види моніторингу – базовий, мета якого полягає у виявленні загальних тенденцій та змін у розвитку фінансових результатів, та проблемний, який передбачає виявлення тенденцій та змін за проблемним сектором діяльності підприємства, на рівні підприємства доцільно використання: для базового

моніторингу – значень показників, що відображають загальні, а для проблемного – визначені цільові настанови управління фінансовими результатами.

У визначенні показників для базового моніторингу фінансових результатів ми дотримуємось комплексного підходу та вважаємо за доцільне виходити із сукупності цілей формування та використання фінансових результатів, які подані у вигляді загальних оперативних, тактичних та стратегічних цілей. Враховуючи загальні настанови система цілей управління фінансовими результатами на підприємстві в цілому у часовому просторі подана у вигляді ланцюга «беззбитковість діяльності → рентабельність інвестицій → забезпечення виплат необхідного рівня доходу на інвестований капітал власникам підприємства» на етапі формування фінансових результатів а також «забезпечення достатнього обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до завдань розвитку підприємства» – під час їх розподілу [195, с. 53]. З огляду поступовості формування цілі формалізовано у відповідні показники фінансових результатів. Так як базовий моніторинг передбачає виявлення загальних тенденцій, для порівняння рекомендовано використання порогових значень відповідних показників. Перелік показників базового моніторингу фінансових результатів підприємства – суб'єкта ЗЕД та розрахунок їх порогових значень наведено у таблиці 3.4.

З огляду послідовності формування та загальних цілей функціонування підприємства, першим показником у системі моніторингу фінансових результатів є маржинальний дохід.

Для моніторингу беззбитковості діяльності доцільне використання саме цього показника. Маржинальний дохід відображає результат від реалізації товарів після відшкодування змінних витрат, є вихідним для покриття постійних витрат та отримання прибутку. Його абсолютна величина та ступінь відхилення від постійних витрат свідчить про можливості щодо беззбитковості діяльності торговельного підприємства.

Таблиця 3.4 – Порогові значення показників базового моніторингу фінансових результатів підприємства – суб'єкта ЗЕД (розроблено авторами)

Напрямок в управлінні фінансовими результатами	Цільова настанова		Показник	Порогове значення	Позначка	Період
	Формування фінансових результатів	Беззбитковість діяльності	Маржинальний дохід (МД)	$MD_{\text{порог.}} = V_{\text{пост}}$	$MD_{\text{порог}}$ – порогове значення маржинального доходу, тис грн; $V_{\text{пост}}$ – постійні витрати, тис грн	Щотижня, щомісяця
		Рентабельність інвестицій	Фінансовий результат від операційної діяльності (ФРОП)	$FR_{\text{оп. порогове}} = A_{\text{факт. t}} \times VER_{\text{сг}}$	$A_{\text{факт}}$ – середня величина активів підприємства за період t , фактична; $VER_{\text{сг}}$ – коефіцієнт генерування доходів, середньогалузеве значення	Щомісяця, щокварталу
		Забезпечення виплат власникам підприємства	Чистий фінансовий результат (ЧФР)	$CFR_{\text{порог. t}} = SK_{\text{спл. t}} \times R_{\text{див. t}}$	$CFR_{\text{порог. t}}$ – порогове значення чистого фінансового результату за період t ; $SK_{\text{спл. t}}$ – статутний капітал сплачений за період t ; $R_{\text{див. t}}$ – норма дивідендних виплат, на рівні відсотка за депозитними внесками за період t	Щокварталу, щороку
	Використання фінансових результатів	Забезпечення достатнього обсягу фінансових ресурсів для розвитку підприємства	Чистий прибуток, капіталізований (ЧП _к)	$CP_{\text{к порогове t}} = CFR_{\text{ф. t}} \times (1 - K_{\text{д.в.}})$	$CP_{\text{к порогове t}}$ – порогове значення капіталізованого чистого прибутку за період t ; $CFR_{\text{ф. t}}$ – фактичне значення чистого фінансового результату за період t ; $K_{\text{д.в.}}$ – коефіцієнт дивідендних виплат	Щороку

Якщо маржинальний дохід менший за постійні витрати, то підприємство отримує збиток, якщо маржинальний дохід перевищує постійні витрати – прибуток. Таким чином для беззбиткової діяльності необхідним є забезпечення маржинального доходу на рівні не нижче за постійні витрати торговельного підприємства. Тобто величина постійних витрат є пороговим значенням для маржинального доходу. Бажаним для підприємства є перевищення фактичного маржинального доходу його порогового значення та збільшення розриву між поданими показниками у динаміці, що забезпечує формування позитивного фінансового результату.

Важливим для базового моніторингу маржинального доходу є спостереження за коефіцієнтом (рівнем) маржинального доходу, який може бути розрахований як в цілому по підприємству так і за підрозділом або за окремою групою товарів. За групою товарів коефіцієнт (рівень) маржинального доходу визначається у відсотках до ціни товару, на рівні підприємства або торговельного об'єкта – у відсотках до розміру чистої виручки. Значущість коефіцієнта (рівня) маржинального доходу зростає під час обґрунтування цінових рішень за різними групами товарів. За інших рівних умов чим вищим є рівень (коефіцієнт) маржинального доходу, тим легше підприємство може перейти до зниження цін заради збільшення обсягу продажів [196, с. 125].

За базового моніторингу відстеження за маржинальним доходом доцільно здійснювати у розрізі центрів фінансової відповідальності підприємства (2-3 залежно від фінансової структури підприємства) з виділенням інформації за кожним із центрів про реалізовані товари. Технічне та програмне забезпечення сучасних підприємств дозволяє отримувати дані про продажі у розрізі торговельних підрозділів щоденно. Дана інформація є значущою для виділення сезонних коливань у продажах, а також для аналізу обсягу та складу продажів упродовж тижня. Разом із тим, моніторинг маржинального доходу за даними щоденних звітів є недоцільним. Як основний контрольний період для моніторингу маржинального доходу

використано декаду та місяць. Варіант форми для моніторингу маржинального доходу у розрізі центра фінансової відповідальності по підприємству загалом подано у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Форма моніторингу маржинального доходу за центром фінансової відповідальності підприємства – суб'єкта ЗЕД (розроблено авторами)

Центр фінансової відповідальності – ЦФВ 1 (2,3...)												
Період спостереження – тиждень, місяць												
Порогове значення маржинального доходу – $MD_{\text{порог.}} = V_{\text{пост}}$												
Тиждень	Дата	День тижня	Чистий дохід, тис грн	Змінні витрати, тис грн	Маржинальний дохід, тис грн	Порогове значення маржинального доходу, тис грн	Відхилення	Результативність, %	Характер відхилень			Дії за характером відхилень
									позитивне	від'ємне		
										допустиме	критичне	
1	...	1	..	::	..	..	..	..	..	..	..	..
2	..	2	::	::	::	::	::	::	..	..	..	::
3	...	3	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
...	...	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
	Точка контролю	7	..	::	..	..	..	..	..	..	..	..

Форма моніторингу маржинального доходу за підрозділами підприємства та підприємству загалом є уніфікованими, що забезпечує швидке прийняття управлінських рішень за необхідності. За впровадження моніторингу маржинального доходу як порогове його значення використовують відповідні показники постійних витрат за підрозділами та підприємству загалом, подані у бюджетах господарюючих суб'єктів. З огляду послідовності формування за підсумками місяця об'єктом моніторингу фінансового результату доцільно прийняти результат від операційної діяльності. Даний показник відображає інтереси численних зацікавлених сторін, зокрема власників підприємства та його найманих працівників,

кредиторів та ін. Кожна із зацікавлених сторін за результатами діяльності очікує на відповідні доходи. Власники підприємства та кредитори – на отримання доходів від вкладених у дане підприємство коштів, працівники – на додаткове матеріальне стимулювання та підвищення рівня соціальної захищеності, що реалізується за рахунок частини чистого прибутку підприємства. Вірогідність отримання доходів кожною із зацікавлених сторін зростає за перевищення фактичного фінансового результату від операційної діяльності торговельного підприємства його порогового значення, що визначений на основі коефіцієнта генерування доходів.

За визначенням дослідників [70, 192, 197] коефіцієнт генерування доходів характеризує можливості генерування доходів даною комбінацією активів і показує скільки одиниць прибутку від операційної діяльності припадає на одиницю грошових коштів, вкладених у активи даного підприємства. Коефіцієнт генерування доходів (BEP – Basic Earning Power) визначається як співвідношення операційного прибутку до оподаткування, що відображає результат до сплати відсотків за використання кредитних ресурсів (EBIT – Earnings before Interest and Taxes) до сукупних ресурсів підприємства, середньої вартості усіх активів (A). Як відзначають дослідники [70, 192, 197] коефіцієнт генерування доходів є однією з характеристик ресурсовіддачі, значення якої залежить від поточних витрат, що властиві в середньому даному бізнесу. Враховуючи зазначене для визначення порогового значення фінансового результату від операційної діяльності рекомендується використовувати середньогалузеве значення даного показника.

Відхилення фактичного фінансового результату від операційної діяльності від його порогового значення характеризує фінансові можливості підприємства щодо задоволення інтересів основних зацікавлених сторін. Позитивне значення та зростання різниці між поданими показниками свідчить про високий рівень вірогідності отримання кредиторами, власниками та найманими працівниками доходів у вигляді плати за надані

кредитні ресурси, дивідендів, додаткового матеріального стимулювання відповідно.

У межах моніторингу фінансових результатів від операційної діяльності рекомендовано також відстеження фактичного коефіцієнта генерування доходів, що визначений у межах окремого торговельного підприємства у розрізі окремих торговельних об'єктів та видів бізнесу. Пороговими значеннями такого моніторингу слід прийняти фактичні середньогалузеві коефіцієнти генерування доходів за даним видом економічної діяльності (оптової/роздрібної торгівлі, ресторанного господарства, виробництва продукції, надання послуг із оренди торговельної/складської площі, цілісних майнових комплексів тощо). Такий моніторинг доцільно організувати на великому підприємстві, яке є багатопрофільним та має розгалужену мережу торговельних об'єктів.

Фінансовий результат від операційної діяльності формується на підставі інформації про маржинальний дохід за підрозділами та підприємством загалом та даними про витрати операційної діяльності звітного періоду. Для моніторингу фінансового результату від операційної діяльності рекомендовано використання даних за бюджетом підприємства та порогових значень. Форма моніторингу фінансового результату від операційної діяльності наведена у таблиці 3.6.

Результати моніторингу фінансових результатів від операційної діяльності доцільно використати для маржинального аналізу за підрозділами та підприємством загалом. Форма для подання результатів маржинального аналізу наведена у таблиці 3.7.

Враховуючи особливості формування доходів та витрат торговельного підприємства за періодами часу для моніторингу фінансових результатів у частині реалізації цільової настанови забезпечення добробуту власників рекомендовано використання показника чистого фінансового результату (чистого прибутку).

Таблиця 3.6 – Форма моніторингу фінансового результату від операційної діяльності підприємства – суб'єкта ЗЕД (розроблено авторами)

Період спостереження – місяць, квартал															
Порогове значення фінансового результату від операційної діяльності –															
$FR_{\text{порогове}} = A_{\text{факт. т}} \times VER_{\text{ст}}$ тис. грн															
Показник	ЦФВ 1 (2,3...)		Разом			Відхилення		Характер відхилень						Дії за характером відхилень	
								від бюджету			від порогового значення				
	за бюджетом	фактично	за бюджетом	фактично	порогове	від бюджету	від порогового значення								позитивне
								допустиме	критичне	допустиме	критичне				
Чистий дохід	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Змінні витрати	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Маржинальний дохід	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Витрати постійні	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Фінансовий результат від реалізації	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Інші операційні доходи	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Інші операційні витрати	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Фінансовий результат від іншої операцій-ної діяльності	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Фінансовий результат від операційної діяльності	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

Відзначимо, що чистий фінансовий результат, який визначається за підсумками кварталу нетотожний поняттю «дохід власника». Доходи власників можуть бути подані у формі підвищення курсової вартості акцій та/або дивідендів. У чистому вигляді доходом власника є дивіденди, розмір яких визначається за підсумками року та залежить від значної кількості чинників, зокрема прийнятої політики розподілу прибутку, інвестиційних можливостей підприємства, можливостей формування фінансових ресурсів із

альтернативних джерел, а також інших, пов'язаних із рівнем оподаткування дивідендів, співвідношенням міноритарних та мажоритарних акціонерів, рівнем дивідендних виплат компаніями-конкурентами тощо).

Таблиця 3.7 – Показники для маржинального аналізу за центрами фінансової відповідальності підприємства – суб'єкта ЗЕД (розроблено авторами за [195; 196])

Показник	ЦФВ1	ЦФВ2	ЦФВ3	...	Разом
Чистий дохід (ЧД), тис грн	...	...	...	...	...
Змінні витрати ($V_{зм}$), тис грн	...	...	...	...	...
Маржинальний дохід (МД), тис грн	...	...	...	...	...
Витрати постійні ($V_{пост}$), тис грн	...	...	...	...	...
у т.ч.	...	...	...	...	...
.....	...	...	...	...	...
Відхилення МД від $V_{пост}$, тис грн	...	...	...	...	...
Рівень МД	...	...	...	...	...
Співвідношення $\Delta МД / \Delta ЧД$	...	...	...	...	...
Співвідношення $V_{пост} / V_{зм}$	...	...	...	...	...
Співвідношення $ЧД / V_{зм}$	...	...	...	...	...
Крапка беззбитковості, тис грн	...	...	...	...	...
Зона безпеки, тис грн	...	...	...	...	...
Рівень безпеки	...	...	...	...	...

Разом із тим, чистий прибуток є кінцевим фінансовим результатом, величина та динаміка якого відображає можливості підприємства щодо сплати дивідендів власникам. Перевищення чистого прибутку величини дивідендного фонду та нарощення чистого прибутку у динаміці збільшує вірогідність отримання дивідендів власниками підприємства. З огляду на зазначене пороговим значенням для чистого фінансового результату рекомендовано використання величини фонду дивідендних виплат, що визначений на основі даних щодо сплаченого статутного капіталу та норми дивідендних виплат. У свою чергу норма дивідендних виплат у розрахунках повинна відповідати середньому відсотку за депозитними внесками, що відображатиме доходи власника за альтернативним напрямом використання коштів. Враховуючи зазначене порогове значення чистого фінансового

результату залежить від сплаченого статутного капіталу та норми дивідендних виплат, на рівні відсотка за депозитними внесками за визначений період.

У контексті цільової настанови щодо забезпечення виплати необхідного рівня доходу доцільно організувати моніторинг рентабельності інвестицій з позиції власників підприємства, для чого використати показник рентабельності власного капіталу (ROE – Return on Equity). Даний показник є значущим для власників господарюючого суб'єкта, адже надає інформацію про доходи, які зароблені підприємством для акціонерів (пайщиків). Бажаним є стійке позитивне значення даного показника та зростання його у динаміці, що дозволить утримати власника (акціонера, пайщика) у межах даного бізнесу.

З огляду періоду та особливостей формування показник чистого фінансового результату доцільно відстежувати за підсумками кварталу. У такому випадку підґрунтям для моніторингу чистого доходу є інформація, щодо маржинального доходу та фінансових результатів від операційної діяльності, накопичена за формами, поданими вище. Також, під час розробки форми для моніторингу чистого фінансового результату ураховано особливості його формування за діючого законодавства. Форма моніторингу чистого фінансового результату підприємства за результатами кварталу наведена у таблиці 3.8. Під час визначення порогового значення чистого фінансового результату рекомендовано виходити з даних про величину сплаченого капіталу та відсотка за депозитними внесками на визначений період часу.

Моніторингу підлягає не лише формування фінансового результату, але й його розподіл. Проблема розподілу фінансового результату виникає за отримання його позитивного значення – чистого прибутку, який розподіляється на частину, що капіталізується та споживається. Під час розподілу прибутку одним із найбільш складних питань є вибір між поточними та майбутніми доходами його власників.

Продовження табл. 3.8

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Фінансові витрати	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Фінансовий результат від фінансової діяльності	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Інші доходи	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Інші витрати	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Фінансовий результат від іншої звичайної діяльності	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Фінансовий результат від інших видів звичайної діяльності	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Фінансовий результат до оподаткування	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Податок на прибуток	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Чистий фінансовий результат	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

Виплата більшої частини чистого прибутку у вигляді дивідендів сприяє максимізації поточних доходів, а капіталізація прибутку забезпечує доходи акціонерів (пайщиків) у майбутньому періоді.

Дослідження за даною проблематикою дозволили дійти висновку щодо відсутності універсальної методики розподілу чистого прибутку за узгодження поточних та довгострокових інтересів власників. Як базові під час вирішення поданих питань виділяють теорію незалежної вартості підприємства від дивідендів Ф. Модільяні та М. Мілера, теорію значущості дивідендів М. Гордона, теорію мінімізації дивідендів, сигнальну теорію дивідендів, теорію «клієнтури» та ін. [198, 199]. Незважаючи на те, що власники самостійно приймають рішення щодо співвідношення між поточними та майбутніми доходами та визначення величини фонду дивідендних виплат за підсумками року, у практичній діяльності існують визначені залежності між величинами чистого прибутку та фондом дивідендних виплат.

Для оцінки співвідношення між чистим прибутком та дивідендними виплатами використовують відповідний показник – коефіцієнт кратності покриття. Висока кратність покриття показує, що дивіденди захищені від ризику їх невикплати навіть у випадках, коли прибуток скорочується [199, с. 125]. Коефіцієнт кратності покриття є зворотним до показника дивідендних виплат, який відображає співвідношення між дивідендами та чистим прибутком. Високе значення та зростання коефіцієнта дивідендних виплат збільшує ризик невикплати дивідендів. Разом із тим, занадто низьке його значення та зниження у динаміці може не забезпечити утримання власника у даному бізнесі. Таким чином під час спрямування чистого прибутку на капіталізацію або споживання слід дотримуватись відповідних пропорцій. За опублікованими даними нормальним вважається коефіцієнт кратності покриття, що дорівнює 2,4, тобто на виплату дивідендів спрямовують 42,0% чистого прибутку [199, с. 125]. У такому випадку в узагальнюючому вигляді частина чистого прибутку, що спрямовується на капіталізацію становитиме 62,0% чистого прибутку, а співвідношення між капіталізованим та спожитим чистим прибутком становитиме як 3:2. Проте дані співвідношення можуть варіювати. У праці Н. Харченка [199, с. 125] вказано, що середнє значення коефіцієнта кратності покриття в країнах із розвиненою ринковою економікою становить 3,0, а в окремих галузях економіки – від 2 до 4 разів, тобто на виплату дивідендів спрямовують від 25 до 50,0% чистого прибутку, а співвідношення між капіталізованою та спожитою частинами чистого прибутку становитиме від 3:1 до 1:1. Щодо показника відзначимо, що з огляду алгебраїчної залежності між показниками об'єктом моніторингу використання фінансових результатів може бути як частина чистого прибутку, що підлягає споживанню, так і та, що підлягає капіталізації. Враховуючи цільову настанову «забезпечення достатнього обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до завдань розвитку підприємства» для моніторингу використання фінансових результатів рекомендовано використання показника прибутку, що капіталізується. За

залежності між показниками розподілу чистого прибутку порогове значення для моніторингу прибутку, що капіталізується, залежить від фактичного значення чистого прибутку та коефіцієнту дивідендних виплат за визначений період.

Значущим у розрахунках є визначення коефіцієнта дивідендних виплат, значення якого варіює за видами економічної діяльності та умов функціонування підприємства. Для базового моніторингу вважаємо за доцільне прийняти коефіцієнт дивідендних виплат на рівні 0,3. В основі такої пропозиції – дві обставини. По-перше, наведене значення коефіцієнта дивідендних виплат входить до сукупності рекомендованих значень (від 0,25 до 0,5) та не порушує його. По-друге, наведене значення коефіцієнта дивідендних виплат має практичне застосування, зокрема подано як рекомендоване та використовується як стандарт під час розрахунків, що підтверджено розробками, поданими у праці [199, с. 62]. У такому випадку співвідношення між капіталізованою та спожитою частинами чистого прибутку становитиме 2,3:1, а коефіцієнт кратності покриття складатиме 3,3, що також відповідає практиці господарської діяльності.

Позитивним у використанні чистого прибутку торговельного підприємства слід визнати незначні відхилення від його порогового значення. Суттєва різниця між фактичним та пороговим значенням капіталізованого прибутку свідчатиме про особливі умови розподілу чистого прибутку на даному підприємстві, що значно відрізняються від практики господарювання. У розвиток моніторингу використання фінансових результатів доцільно відстежити ефективність капіталізації прибутку. З даного приводу відзначимо, що ефективним вважається інвестування капіталізованого прибутку переважно у приріст активів. Збільшення резервного капіталу та формування за рахунок частини чистого прибутку внутрішніх страхових фондів хоча й забезпечує зменшення ризиків господарської діяльності, проте не може сприйматись як основний напрям капіталізації чистого прибутку торговельного підприємства.

Вихідним для моніторингу показника чистого прибутку, спрямованого на капіталізацію, є інформація щодо розподілу чистого прибутку за даними року. У такому випадку є сенс відстеження фактичної величини капіталізованого чистого прибутку з його пороговим значенням. Накопичення інформації про розподіл чистого прибутку за періодами часу дозволяє зробити висновок щодо загальних тенденцій у розподілі фінансового результату на підприємстві та визначити тип дивідендної політики, якої дотримано на підприємстві у побудові відносин із власниками.

Слід відзначити, що на практиці за періодами часу фактичне значення чистого прибутку, спрямованого на капіталізацію, значно перевищує порогове його значення. На багатьох підприємствах дотримуються політики нульового дивіденду, та, у більшості випадків, не сплачують дивіденди власникам, хоча мають для цього можливість.

Виходячи із загальних цільових настанов управління фінансовими результатами сформована система показників-індикаторів для реалізації базового моніторингу фінансових результатів включає показники маржинального доходу, фінансового результату від операційної діяльності, чистого фінансового результату та капіталізованого прибутку. Для кожного з показників обґрунтовано їх порогові значення.

3.3 Обґрунтування цільових значень показників для проблемного моніторингу фінансових результатів торговельних підприємств – суб'єктів ЗЕД

Усебічна інформатизація сучасного економічного середовища доводить зростання ролі інформації для керівників підприємств – суб'єктів ЗЕД в процесі прийняття рішень у кризових ситуаціях. Результати діяльності підприємства, як відкритої економічної системи, в значній мірі залежать від швидкості адаптації внутрішнього середовища до зовнішніх змін, що зумовлює запровадження на підприємстві системи моніторингу як процесів,

так і результатів діяльності суб'єктів господарювання. Необхідність використання інформаційних даних різного формату вимагає вивчення питань інформаційно-аналітичного забезпечення різних економічних систем, зокрема, системи моніторингу економічних показників результативності підприємств – суб'єктів ЗЕД [7].

За цільовою настановою виділяють три види моніторингу – «інформаційний», «базовий» та «проблемний». Мета інформаційного моніторингу – структуризація, накопичення та розповсюдження інформації, базового – виявлення нових проблем та небезпек ще до того, як вони будуть визнані на рівні управління, проблемного – виявлення закономірностей, процесів, небезпек, які відомі та актуальні з точки зору управління. І саме в межах проблемного моніторингу є доцільним виділення двох підгруп моніторингу, зокрема моніторингу функціонування та моніторингу розвитку. Відмінності між ними визначаються періодом функціонування системи моніторингу, що потребує додаткових досліджень щодо місця проблемного моніторингу у результативності підприємств – суб'єктів ЗЕД.

Формулювання основних питань інформаційного забезпечення моніторингу економічних систем загалом містяться в наукових працях В. Галіцина, А. Кривцова, С. Гонтового та ін. Різні аспекти управління фінансовими результатами знайшли відображення в працях І. Бланка, Ф. Бутинця, Н. Власової, В. Ковальова, Л. Лігоненко, А. Садекова, Л. Фролової, Р. Хиггінса, А. Шеремета, І. Балквадзе та інших науковців. Проте акцентованих досліджень щодо цільових значень показників проблемного моніторингу фінансових результатів підприємств – суб'єктів ЗЕД недостатньо.

На відміну від базового проблемний моніторинг спрямований безпосередньо на проблемні зони формування та використання фінансових результатів, що зумовлює особливості визначення цільових значень відповідних показників. Зокрема, обґрунтування цільових значень фінансових результатів потребує попередньої оцінки стану та тенденцій

розвитку господарюючого суб'єкта. Як відзначає Б. Мізюк єдиної стратегії для всіх суб'єктів господарської діяльності не існує, як не існує й єдиного універсального методу стратегічного управління [200, с. 18]. За різних етапів розвитку цільові настанови щодо функціонування підприємства в цілому, а також цілі щодо фінансових результатів є різними. Також, ураховуючи залежність між фінансовими результатами, на підприємстві доцільно сформувати систему цільових значень показників, що збалансовані за ланцюгом «вхідний – розрахунковий показник». У співвідношенні вхідних та розрахункових значень показників початковим є вхідне значення відповідного виду фінансових результатів. На підставі вхідного цільового значення та за використання формалізованих зв'язків між різними видами доходів та витрат торговельного підприємства визначаються розрахункові значення фінансових результатів.

З приводу вхідного цільового показника фінансових результатів відзначимо наступне. Згідно з діючою системою обліку кінцевим показником діяльності є чистий прибуток, величина та динаміка якого є значущими з точки зору найбільш загальних висновків щодо ефективності функціонування та розвитку торговельного підприємства. Абсолютний розмір та зміна чистого прибутку за періодами часу відображають результат господарювання за звітний період а також можливості підприємства щодо самофінансування та реалізації інтересів найманих працівників і власників капіталу. Співвідношення чистого прибутку та власного капіталу використовують для оцінки ефективності формування фінансових результатів та під час аналізу використання капіталу, що інвестований власниками. За інших рівних умов порівняння показника рентабельності власного капіталу з доходністю безризикових цінних паперів дозволяє зробити висновок щодо інвестиційної привабливості окремого господарюючого суб'єкта та перспектив утримання власника у даному бізнесі. На підставі зазначеного вище, вважаємо, що під час розрахунку цільових значень моніторингу фінансових результатів слід виходити з

величини чистого прибутку. Цільові значення показників інших видів фінансових результатів (фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, фінансовий результат від іншої звичайної діяльності, фінансовий результат від операційної діяльності та ін.) визначатимуться послідовно за урахування цільових значень попередніх показників, а також вхідних умов (можливостей та обмежень) щодо формування окремих видів фінансових результатів.

З огляду на те, що фінансові результати являють сукупність взаємозв'язаних показників, під час визначення їх значень для проблемного моніторингу слід виходити із загальних цільових настанов управління фінансовими результатами підприємства, які можуть бути різними залежно від ситуації, що склалась на підприємстві. Загальна цільова настанова підприємницької діяльності – отримання прибутку (доходу) – видозмінюється й уточнюється з огляду інших цілей розвитку торговельного підприємства, а саме цілей щодо обсягу діяльності, задоволення громадськості, збереження позиції у галузі. Фінансові результати, у такому випадку, виступають як результат та підґрунтя реалізації цілей розвитку господарюючого суб'єкта. Досліджуючи дане питання Л. Семерунь відзначає, що управління фінансовими результатами на торговельних підприємствах передбачає два головних напрями роботи – максимізацію доходів та оптимізацію витрат, узагальнення яких обумовлює розмір отриманого прибутку [71, с. 151–152]. Н. Власова та І. Мелушова зазначають, що якщо підприємство в цілому націлено на високі темпи розвитку, ріст обсягу продажів, то метою формування фінансових результатів є їх високі темпи зростання. Якщо підприємство стабілізує свою діяльність, то управління фінансовими результатами повинне бути сконцентовано на забезпеченні платоспроможності. Якщо в основі діяльності підприємства лежать інтереси власника, то цільовою настановою формування кінцевих фінансових результатів є такі відносні показники, як рентабельність інвестованого або власного капіталу [70, с. 49–50].

Цільові настанови щодо фінансових результатів визначаються за результатами ідентифікації стану та динаміки розвитку підприємства – суб'єкта ЗЕД. Значущим при цьому є визначення ключових показників, величина та динаміка яких дозволить ідентифікувати ситуацію щодо розвитку торговельного підприємства. Науковці вирішують дане питання за використання традиційних методів діагностики, методів експертної оцінки та методів дискримінантного аналізу. В основі традиційних методів – використання горизонтального, вертикального, трендового аналізу, аналіз відносних показників, порівняльний аналіз; в основі експертної оцінки – узагальнення інформації щодо напрямів діяльності господарюючого суб'єкта за результатами спеціальних опитувань; в основі дискримінантного аналізу – комплекс методів та прийомів математичної статистики.

Кожний із поданих підходів знаходить застосування у практичній діяльності. За традиційного підходу побудовано методики оцінювання фінансового стану, інвестиційної привабливості, моделі DuPont, ZVEI [11, с. 56–59; 201, с. 32–43]. Експертна оцінка використана під час виявлення проблем розвитку підприємства, що реалізована в рамках проекту фінансової реструктуризації АМП США фірмою Deloitte Touche Tohmatsu [202, с. 8–11]. Дискримінантний аналіз лежить в основі моделі Альтмана, системи показників Бівера, фінансового аналізу Керлінга-Поддіга, моделі дискримінантного аналізу О. Терещенко [11, с. 58–76]. За відповідного інформаційного забезпечення, кожна з поданих моделей та систем можуть бути реалізовані на підприємстві.

Проте, віддаючи належне існуючим розробкам, відмітимо, що, у практичній діяльності, на етапі експрес-оцінки, використання складних багатоетапних систем аналізу є невиправданим. За необхідності отримання швидкої однозначної відповіді щодо загальних напрямів розвитку підприємства доцільним є використання нескладних методів діагностики стану підприємства на основні обмеженої кількості показників. На підприємстві існує конкретна система цілей, оцінити досягнення яких можна

через відповідний їм обмежений набір показників. Інші показники несуть зайву для управління інформацію та лише ускладнюють процес збору та обробки даних.

На підставі зазначеного вище, виходячи з критеріїв повноти й достатності вихідної інформації, а також комплексності, вірогідності та неупередженості отриманих висновків для ідентифікації економічної ситуації торговельного підприємства рекомендовано методичний підхід, що ґрунтується на засадах «золотого правила економіки підприємства», згідно з яким, особливості розвитку господарюючого суб'єкта визначається за співвідношення трьох ключових показників – темпу зміни прибутку, темпу зміни товарообороту та темпу зміни активів. Визнається, що підприємство функціонує ефективно, якщо одночасно виконуються наступні умови: темп зміни прибутку перевищує 100,0%, темп росту прибутку вище за темп росту виручки, а темп росту виручки перевищує темпи росту активів. Саме таке співвідношення свідчить про комерційну успішність діяльності підприємства (темпи росту прибутку перевищують темпи росту виручки), активність у формуванні активів (приріст активів), та ефективного їх використання (перевищення темпів росту виручки у порівнянні з темпом росту активів), що відповідає загальним економічним цілям розвитку підприємства. Слід відмітити, що в окремі періоди часу «золоте правило» може і не виконуватись. Зокрема у практиці господарювання фінансовий результат має як позитивне так і від'ємне значення, активний інвестиційний розвиток підприємства супроводжується відставанням темпів росту виручки від росту активів, зниження комерційної активності – дисбалансом у динаміці товарообороту та прибутку. З огляду на зазначене для ідентифікації ситуації з функціонування та розвитку торговельного підприємства рекомендовано виходити із загальних якісних характеристик щодо динаміки прибутку, товарообороту та активів (тобто констатації факту щодо їх зростання чи зниження), які визначені за урахування абсолютного розміру фінансового

результату (прибутку/збитку). Основні варіанти співвідношення змін прибутку, товарообороту та активів подано на рисунку 3.4.

		$\Delta T > 0$		$\Delta T < 0$	
		$\Delta A > 0$	$\Delta A < 0$	$\Delta A > 0$	$\Delta A < 0$
ЧФР > 0	$\Delta \text{ЧФР} > 0$	1	2	3	4
	$\Delta \text{ЧФР} < 0$	5	6	7	8
ЧФР < 0	$\Delta \text{ЧФР} > 0$	9	10	11	12
	$\Delta \text{ЧФР} < 0$	13	14	15	16
Позначки: ЧФР – чистий фінансовий результат; Т – товарооборот; А – активи; Δ – приріст показника					

Рисунок 3.4 – Основні варіанти співвідношення змін чистого фінансового результату, товарообороту та активів (розроблено авторами)

У поданій матриці у системному вигляді відображено найбільш можливі варіанти розвитку торговельного підприємства, визначені за співвідношення «ресурси – результати». Це відрізняє подану матрицю від інших подібних.

Зокрема у праці [69, с. 79] для обґрунтування управлінських рішень щодо управління прибутковістю також рекомендовано використання матричного підходу, проте матриця, що подана у даній праці, розроблена лише за урахування співвідношень результатів діяльності торговельного підприємства, зокрема товарообороту, чистого та економічного прибутків [69, с. 79]. Представлена матриця, що побудована з урахуванням динаміки основних показників результатів діяльності та активів, дозволяє ідентифікувати загальну ситуацію щодо розвитку підприємства у режимі експрес-оцінки, що доводить її переваги порівняно з іншими методичними розробками з визначення етапу життєвого циклу господарюючого суб'єкта, які передбачають поглиблений аналіз значної кількості циклоутворюючих чинників, а саме дослідження у динаміці показників прибутку від продажів, частки власних коштів, коефіцієнта поточної ліквідності, забезпеченості запасів джерелами формування, автономії [203], товарообороту, чистого

прибутку, інвестиційних витрат, частки ринку, чисельності персоналу [204], частки ринку, обсягу продажів, поточної вартості бізнесу, структури капіталу, інвестиційного ризику [205] та ін.

Ураховуючи динаміку чистого фінансового результату прибутку, товарообороту та активів визначено 16 варіантів розвитку подій, які, за аналогією з основними етапами життєвого циклу, подано у вигляді таких етапів як становлення – розвиток – стабільність – спад із виділенням додаткових характеристик розвитку та спаду. Зокрема, загальна стадія «розвиток» представлена двома характеристиками, а саме активний – регресивний розвиток, стадія «спад» – уповільнений – глибокий спад. Доцільність уточнення типів розвитку та спаду зумовлена необхідністю прийняття управлінських рішень щодо подальшого функціонування підприємства, перелік та засоби реалізації яких значно відрізнятимуться залежно від характеру окремих етапів життєвого циклу господарюючого суб'єкта. Результати ідентифікації етапів життєвого циклу підприємства за урахування динаміки чистого фінансового результату, товарообороту та активів подано у таблиці 3.9.

Квадрант 1 характеризує ситуацію, що відповідає етапу зростання підприємства, а позитивна динаміка товарообороту, чистого прибутку та активів господарюючого суб'єкта свідчать про високий рівень активності даного процесу на підприємстві. Квадранти 2, 5, 6 відповідають етапу стабілізації діяльності підприємства, що, за загального зростання товарообороту, в окремі періоди часу супроводжується зниженням чистого прибутку або оптимізацією розміру активів.

Співвідношення показників у квадрантах 3, 4 , 7 відображають уповільнений спад діяльності підприємства, про що свідчить загальне зниження товарообороту – індикатор низької комерційної активності господарюючого суб'єкта. Квадранти 9, 10, 13 та 14 відповідають етапу становлення підприємства, для якого характерним є зростання товарообороту та збільшення активів.

Таблиця 3.9 – Ідентифікація етапів життєвого циклу підприємства – суб'єкта ЗЕД на основі динаміки ключових показників (розроблено авторами)

Квадрант	Значення				Етап життєвого циклу підприємства
	ЧФР	Δ ЧФР	Δ Т	Δ А	
1	> 0	> 0	> 0	> 0	Активний розвиток
2	> 0	> 0	> 0	< 0	Стабілізація
3	> 0	> 0	< 0	> 0	Уповільнений розвиток
4	> 0	> 0	< 0	< 0	Уповільнений розвиток
5	> 0	< 0	> 0	> 0	Стабілізація
6	> 0	< 0	> 0	< 0	Стабілізація
7	> 0	< 0	< 0	> 0	Уповільнений розвиток
8	> 0	< 0	< 0	< 0	Уповільнений спад
9	< 0	> 0	> 0	> 0	Становлення
10	< 0	> 0	> 0	< 0	Становлення
11	< 0	> 0	< 0	> 0	Уповільнений спад
12	< 0	> 0	< 0	< 0	Уповільнений спад
13	< 0	< 0	> 0	> 0	Становлення
14	< 0	< 0	> 0	< 0	Становлення
15	< 0	< 0	< 0	> 0	Глибокий спад
16	< 0	< 0	< 0	< 0	Глибокий спад
Позначки: ЧФР – чистий фінансовий результат; Т – товарооборот; А – активи; Δ – приріст показника					

Фінансовий результат на ранніх стадіях розвитку підприємства може бути й негативним, а зниження активів у окремі періоди часу свідчатиме про намагання їх оптимізації. Негативне значення фінансового результату та/або його зниження у динаміці на фоні скорочення обсягів реалізації є найбільш тривожним у функціонуванні торговельного підприємства, адже свідчить про те, що підприємство знаходиться у фазі спаду. Разом із тим, погіршення ситуації на підприємстві також може бути оцінено по-різному, залежно від співвідношення у динаміці ключових показників. Зменшення збитку на фоні скорочення обсягів товарообороту свідчить про позитивні зрушення у системі управління витратами та проблеми у питаннях маркетингової та цінової політик, а також політики управління активами підприємства (квадранти 11 та 12), що ідентифіковано як уповільнений спад. Зниження фінансового результату на фоні скорочення обсягу товарообороту, що супроводжується скороченням активів (квадранти 8 та 16) свідчать про фазу

спаду в діяльності торговельного підприємства. Нарощення активів за зниження ефективності господарської діяльності (квадрант 15) є ознакою неадекватності управлінських рішень економічній ситуації на підприємстві та також свідчить про знаходження підприємства у фазі глибокого спаду.

На підставі систематизації варіантів співвідношення динаміки чистого фінансового результату, товарообороту та активів підприємства виділено цільові настанови щодо фінансових результатів та обґрунтовано відповідні значення чистого прибутку (табл. 3.10).

Таблиця 3.10 – Цільові значення чистого фінансового результату підприємства – суб'єкта ЗЕД (розроблено авторами)

Ідентифікація етапу життєвого циклу	Мета управління фінансовими результатами	Цільове значення чистого фінансового результату
Становлення	Забезпечення беззбиткової діяльності	$ЧФР_{цi} = 0$ де: $ЧФР_{цi}$ – чистий фінансовий результат (цільовий) за i -м підприємством
Уповільнений спад		
Глибокий спад		
Стабілізація	Забезпечення/збереження темпів росту фінансових результатів. Забезпечення максимальної рентабельності власного капіталу за даними підприємства	$ЧФР_{цi} = ВК_i \times R_{вк_i}^{\max}$ де: $ВК_i$ – власний капітал за i -м підприємством; $R_{вк_i}^{\max}$ – рентабельність власного капіталу (максимальна) за i -м підприємством
Уповільнений розвиток		
Уповільнений спад		
Активний розвиток	Максимізація фінансового результату. Забезпечення рентабельності власного капіталу на рівні підприємств-конкурентів	$ЧФР_{цi} = ВК_i \times R_{вк_k}^{\max}$ $R_{вк_k}^{\max}$ – рентабельність власного капіталу (максимальна) за підприємством-конкурентом

За умови від'ємного чистого фінансового результату (квадранти 9–16) цільовою настановою є вихід із зони кризи. Під час вирішенні питання беззбиткової діяльності основну увагу слід приділити взаємозв'язку «товарооборот – витрати – прибуток». Як зазначено у [69, с. 81] об'єктами регулювання в умовах досягнення критичної точки будуть виступати складові операційного важеля. Якщо кінцевий фінансовий результат є позитивним (квадранти 1–8), то основними цілями є максимізація або

збереження його розміру на визначеному рівні. Під час розрахунку чистого прибутку торговельного підприємства рекомендовано використовувати показник рентабельності власного капіталу. Мультиплікативний зв'язок рентабельності власного капіталу з прибутковістю продажів, оборотністю активів та структурою капіталу з одного боку надає можливості для факторного аналізу діяльності підприємства у окремі періоди часу, а з іншого – спланувати необхідні значення показників прибутковості, структури та оборотності на майбутній період, щоб досягти цільових показників рентабельності [206].

Цільові значення показника рентабельності власного капіталу залежатиме від загальних характеристик функціонування та розвитку господарюючого суб'єкта. Якщо підприємство знаходиться на етапі стабілізації, або відзначено уповільнений розвиток, або зниження комерційної активності під час визначення цільового значення чистого прибутку слід виходити з обсягу власних коштів та максимального значення показника рентабельності власного капіталу за даними господарюючого суб'єкта. Якщо підприємство знаходиться на стадії активного розвитку та має за мету максимізувати фінансовий результат під час визначення цільового значення чистого прибутку слід виходити з максимального значення рентабельності власного капіталу за підприємствами-конкурентами.

Отже, для реалізації проблемного моніторингу фінансових результатів розроблено методичні засади визначення цільового значення чистого фінансового результату, які ґрунтуються на урахуванні загальних настанов управління фінансовими результатами підприємства за різних етапів його розвитку.

Проведені дослідження дозволяють зробити наступні висновки.

1. З метою покращення інформаційної підсистеми моніторингу діяльності торговельного підприємства – суб'єкта ЗЕД у роботі обґрунтовано послідовність формування системи інформативних показників та показників-індикаторів фінансових результатів, яка включає такі етапи як визначення

показників-індикаторів та інформативних показників, встановлення залежності між показниками-індикаторами та інформативними показниками, оцінювання показників-індикаторів та інформативних показників за критеріями вимірюваності, адекватності, ідентичності, доступності, доречності.

2. Ураховуючи напрями управління фінансовими результатами та видові прояви моніторингу в роботі обґрунтовано систему показників-індикаторів та інформативних показників для реалізації комплексного, динамічного та конкурентного моніторингу фінансових результатів торговельного підприємства – суб'єкта ЗЕД.

3. Обґрунтовано систему показників моніторингу фінансових результатів, яка сформована за урахування послідовності формування та використання фінансових результатів. Представлена система включає показники-індикатори та інформативні показники, що відображають абсолютний розмір фінансових результатів, а також результативність та ефективність їх формування та використання.

4. Виходячи із загальних цільових настанов управління фінансовими результатами, у роботі обґрунтовано систему показників-індикаторів для реалізації базового моніторингу фінансових результатів. Зокрема до поданої системи включено показники маржинального доходу, фінансового результату від операційної діяльності, чистого фінансового результату та капіталізованого прибутку. Для кожного з показників обґрунтовано їх порогові значення.

6. Розроблено методичний підхід визначення цільового значення чистого фінансового результату для реалізації проблемного моніторингу фінансових результатів підприємств торгівлі – суб'єктів ЗЕД, які ґрунтуються на урахуванні загальних настанов управління фінансовими результатами підприємства за різних етапів його розвитку.

Результати дослідження за даним розділом відображено у публікаціях [207-212].

ВИСНОВКИ

1. Вивчення наукових трактувань терміну «моніторинг» дало можливість дійти висновку, що моніторинг є підфункцією контролю. За результатами дослідження цільових настанов, завдань, періоду та способів реалізації моніторинг запропоновано визначати як систематичне спостереження, що реалізується в межах загальної системи управління визначеним об'єктом та передбачає вимірювання і порівняння фактичних його характеристик із базовими з метою розробки та реалізації заходів щодо розвитку об'єкта управління як у поточному періоді так і довгостроковій перспективі.

2. Множинність класифікаційних ознак моніторингу зумовила необхідність їх упорядкування. За результатами критичного аналізу існуючих систем класифікації для угруповання видів моніторингу виділено наступні класифікаційні ознаки: сфера застосування, об'єкт та суб'єкт моніторингу, цільові настанови та методичні засади реалізації, орієнтація на користувача. На основі узагальнення видових проявів моніторингу розширено перелік його класифікаційних ознак, зокрема додатково виділено такі ознаки для класифікації як рівень організації та завдань управління, а також обов'язковість та стадія реалізації моніторингу.

3. Узагальнення світового та вітчизняного досвіду дозволило визначити сутність фінансових результатів підприємства, особливості їх визначення за різних систем обліку та відображення у звітності. У роботі фінансові результати подано як результат бухгалтерської оцінки результатів діяльності підприємства, що відображають різницю між відповідними доходами та витратами поточної діяльності підприємства згідно із нормативними положеннями системи обліку.

Ураховуючи сутність моніторингу, а також цільові настанови та напрями управління фінансовими результатами моніторинг фінансових результатів у роботі визначено як систематичне спостереження за

формуванням та використанням фінансових результатів суб'єкта ЗЕД, що передбачає вимірювання і порівняння фактичних їх характеристик із базовими з метою розробки та реалізації заходів, спрямованих на досягнення цільових значень фінансових результатів у поточному періоді та довгостроковій перспективі.

4. З метою забезпечення ефективності моніторингу фінансові результати підприємства наведено з урахуванням послідовності їх формування та інтересів зацікавлених сторін. Як об'єкт моніторингу виділено такі види фінансових результатів як валовий прибуток (збиток), фінансовий результат від реалізації, іншої операційної діяльності, операційної діяльності, EBITDA, NOPAT, фінансовий результат від інвестиційної, фінансової, іншої звичайної, інших видів звичайної діяльності, фінансовий результат до оподаткування, чистий фінансовий результат, капіталізований прибуток.

5. За результатами критичного аналізу існуючих науково-методичних напрацювань щодо організації моніторингу на підприємстві розроблено модель моніторингу фінансових результатів. Моніторинг фінансових результатів наведено як послідовність дій з визначення цільових настанов та завдань моніторингу, обґрунтування методичних, технічних, організаційних, інформаційних засад його реалізації та визначення умов і порядку звітності, з виокремленням основних напрямів роботи у межах кожного з виділених етапів.

6. Дослідження фінансових результатів діяльності світових компаній роздрібної торгівлі за 2013–2015 рр. дозволило визначити здебільшого позитивний результат та визначити негативний вплив певних факторів, а саме: повільне економічне зростання в основних розвинених країнах, високий рівень боргу в країнах, що розвиваються, проблемні кредитні ринки та погіршення демографічної ситуації в багатьох країнах.

З'ясовано, що відмінність вітчизняного та європейського ринків роздрібної торгівлі проявляється в наступних тенденціях: невисока частка

національних операторів на ринку мережевої торгівлі; частковий перехід європейських виробників і постачальників продукції на інші канали збуту продукції; недостатність якісних торговельних площ в Україні; обмежений доступ до закордонних ринків; збереження позицій традиційних форматів роздрібної торгівлі; обмежений доступ вітчизняних операторів до кредитних ресурсів, необхідних для розвитку підприємств роздрібної торгівлі; невисока ефективність рекламних матеріалів; переміщення суттєвої кількості споживачів з традиційної «офф-лайн» торгівлі до «он-лайн» каналів придбання товарів і послуг.

7. Дослідження фінансових результатів підприємств торгівлі в Україні дозволило визначити основні тенденції їх формування та встановити, що фінансові результати діяльності підприємств торгівлі упродовж 2010–2016 рр. мали нестійкий характер, зокрема в період 2010–2012 рр. діяльність торговельних підприємств загалом в Україні була прибутковою, у 2013–2015 рр. – збитковою. За підсумками 2016 р. фінансові результати до оподаткування за підприємствами галузі позитивні, проте динаміка фінансових результатів за прибутковими підприємствами торгівлі поступаєтьс підприємствам інших видів економічної діяльності.

Дослідження, проведене за даними вибіркової сукупності, до якої було включено 7 мережевих підприємств роздрібної торгівлі – суб'єктів ЗЕД, за період 2010–2016 рр. дозволило діагностувати загальне зростання чистого доходу, а також високі та стійкі темпи росту чистого доходу, що свідчить про високий рівень захищеності торговельних мереж від зовнішніх ризиків в цілому та фінансової кризи, що мала місце у досліджуваний період, зокрема.

8. З метою забезпечення сталого розвитку торговельних підприємств – суб'єктів ЗЕД обґрунтовано модель оцінки якості та стійкості джерел формування фінансових результатів, яка базується на засадах структурного й дисперсного аналізу та передбачає оцінювання складу фінансових ресурсів за видами діяльності та варіативності їх структури за періодами часу. За результатами апробації поданої моделі доведено стійкість джерел

формування фінансових результатів мережеских підприємств роздрібної торгівлі – суб'єктів ЗЕД.

9. Дотримуючись критеріїв вимірюваності, адекватності, ідентичності, доступності, доречності та враховуючи практику господарювання, обґрунтовано систему показників моніторингу фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі – суб'єктів ЗЕД, яка включає інформативні показники та показники-індикатори ефективності та результативності формування й використання фінансових результатів. Розроблена система відрізняється системністю та забезпечує інформаційну підтримку прийняття господарських рішень на усіх етапах управління фінансовими результатами торговельних підприємств – суб'єктів ЗЕД.

10. З огляду загальних цільових настанов управління фінансовими результатами визначено показники для базового моніторингу фінансових результатів та обґрунтовано методичний інструментарій визначення їх порогових значень. Для базового моніторингу запропоновано використання показників маржинального доходу, фінансового результату від операційної діяльності, чистого фінансового результату, капіталізованого чистого прибутку. Під час визначення порогових значень рекомендовано враховувати: для маржинального доходу – величину постійних витрат; для фінансового результату від операційної діяльності – коефіцієнт генерування доходів; для чистого фінансового результату – норму дивідендних виплат; для капіталізованого чистого прибутку – коефіцієнт дивідендних виплат.

11. З метою забезпечення комплексності та системності моніторингу фінансових результатів розроблено науково-методичний підхід до визначення показників за його проблемним напрямом, що передбачає визначення цільового чистого фінансового результату з урахуванням стадії життєвого циклу підприємства роздрібної торгівлі та сприяє оптимізації інформаційної бази управління фінансовими результатами торговельних підприємств – суб'єктів ЗЕД та раціоналізації даного процесу загалом.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов : [пер. с англ.] / Р. Брейли, С. Майерс. – М. : Олимп-Бизнес, 2010. – 1080 с.
2. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы : учеб. пособие / Б. Коласс. – М. : Финансы: ЮНИТИ, 1997. – 576 с.
3. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, А. Майкл, Ф. Хедоури. – М. : Вильямс, 2009. – 672 с.
4. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса: монография / [А. Н. Тищенко и др.]. – Х. : ИНЖЕК, 2007. – 376 с.
5. Майер Э. Контроллинг как система мышления и управления / Э. Майер. – М. : Финансы и статистика, 1993. – 96 с.
6. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Ю. Б. Іванова, д-ра екон. наук, проф. О. М. Тищенка. – Х. : ИНЖЕК, 2006. – 384 с.
7. Галіцин В. К. Системи моніторингу : монографія / В. К. Галіцин. – К. : КНЕУ, 2000. – 231 с.
8. Бланк И.А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – 2-е изд., расш. и доп. – К.: Ника-Центр : Эльга, 2002. – 752 с.
9. Лігоненко Л. О. Управління дебіторською заборгованістю підприємства : навч. пос. / Л. О. Лігоненко, Н. М. Новікова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 275 с.
10. Власова Н. О. Формування ефективної системи обслуговування споживачів у підприємствах роздрібної торгівлі : монографія / Н. О. Власова, О. А. Круглова, О. С. Шуміло. – Х.: АдВА™, 2011. – 132 с.
11. Терещенко О. О. Управління фінансовою санацією підприємства : підручник / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2006. – 552 с.
12. Контроллинг как инструмент управления предприятием / [под ред. Н. Г. Данилочкиной]. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 279 с.

13. Приходько Е. Система риск-контроллинга финансовой деятельности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.intalev.ru/index.php?id=22979>.
14. Тарасюк Г. М. Контроль в системі управління плановою діяльністю підприємства [Електронний ресурс] / Г. М. Тарасюк // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – Вип. 1 (16). – С. 284–299. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ptmbo/2010_1/30.pdf.
15. Плікус І. Й. Система моніторингу для фінансового прогнозу діяльності підприємства / І. Й. Плікус // Фінанси України. – 2003. – № 4. – С. 35–44.
16. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента: в 2 т. Т. 2 / И. А. Бланк. – К.: Ника-Центр : Эльга, 2001. – 512 с.
17. Коротков Э. М. Концепция менеджмента / Э. М. Коротков. – М. : Дека, 1997. – 304 с.
18. Контроллинг в бизнесе. Методические и практические основы построения контроллинга в организациях / А. М. Карминский, Н. И. Оленев, А. Г. Примаков, С. Г. Фалько. – 2-е изд. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 256 с.
19. Калінеску Т. В. Моніторинг податкових ризиків : навч. посібник / Т. В. Калінеску, Ю. А. Романовська, В. С. Альошкін. – Луганськ : СЛУ ім. В. Даля, 2009. – 240 с.
20. Токаренко Г. С. Организация контроля результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Г. С. Токаренко // Финансовый менеджмент. – 2009. – № 10. – С. 13–18.
21. Литвак Б. Г. Разработка управленческого решения / Б. Г. Литвак. – М. : Дело, 2000. – 392 с.
22. Берёзкина А. В. Концептуальные основы мониторинга конкурентной среды / А. В. Берёзкина // Маркетинг. – 2005. – № 1 (80). – С. 51–59.
23. Педченко Н. С. Моніторинг фінансової конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості на регіональному рівні (на прикладі

м'ясної промисловості): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.04.04 «Фінанси, грошовий обіг, кредит» / Н. С. Педченко. – Суми, 2004. – 22 с.

24. Танашев О. Г. Мониторинг в системе управления расчётами с дебиторами [Електронний ресурс] / О. Г. Танашев, А. В. Урванцева. – Режим доступа: http://www.taxman.ru/action_articles/catalog_57/article_130.

25. Петров Э. Г. Необходимость и инструментальные средства обеспечения эффективности государственного управления социально-экономическими системами [Электронный ресурс] / Э. Г. Петров, Е. В. Губаренко // Проблемы информационных технологий. – 2010. – № 1 (007). – Режим доступа : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/pit/2010_1/01_001.htm.

26. План дій програми ПРООН 2006-2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://www.undp.org.ua/files/crap_ua.pdf.

27. Іванюта П. В. Статистичний моніторинг в системі державного управління [Електронний ресурс] / П. В. Іванюта. – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_upravl/2011_1/14.pdf.

28. Пугачова М. В. Методологічні засади статистичного моніторингу ділової активності підприємств : монографія / М. В. Пугачова. – К. : Інформ.-анал. агентство, 2007. – 535 с.

29. Бондар М. І. Інвестиційна діяльність: методика та організація обліку і контролю : монографія / М. І. Бондар. – К. : КНЕУ, 2008. – 256 с.

30. Хорев А. И. Мониторинговый анализ как информационная основа социально-экономического управления предприятием (на примере Воронежской области) / А. И. Хорев, В. П. Воронин, Т. И. Овчинникова, О. М. Гоз // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 3. – С. 39–47.

31. Пан Л. В. Стратегічний моніторинг як підсистема стратегічного управління підприємством [Електронний ресурс] / Н. В. Романченко, Л. В. Пан // Економічний вісник НТТУ КПП. – Режим доступа : http://www.ekmair.ukma.kiev.ua/bitstream/123456789/382/1/Pan_Strategichniy.pdf.

32. Савчук В. П. Стратегия + Финансы: уроки принятия бизнес-решений для руководителей / В. П. Савчук. – К. : Company Group, 2009. – 352 с.
33. Морозов С. М. Словник іншомовних слів [Текст] / С. М. Морозов, Л. М. Шкарапута. – Київ : Наукова думка, 2000. – 680 с.
34. Галіцин В. К. Моніторинг та аудит інформаційних технологій в системі управління організації [Електронний ресурс] / В. К. Галіцин, Р. Л. Ус. – Режим доступу : D:/INTERNET/ Mise20128626.pdf
35. Савчук В. К. Аналітичний моніторинг ринку [Електронний ресурс] / В. К. Савчук. – Режим доступу : C:/Users/Elena /Downloads/mbr_2014_3 _5.pdf
36. Давыдова Л. В. Этапы осуществления мониторинга промышленных предприятий [Електронний ресурс] / Л. В. Давыдова, В. В. Гордина. – Режим доступу : http://umc.gu-unpk.ru/umc/arhiv/2005/2/Davidova_Gordina.pdf.
37. Mak Y. T. Changes in Ownership structure and Board Structure after Initial Public Offering [Text] / Y. T. Mak, P. F. Ong. – FEN Governance Working Paper Series, 1999.
38. Манн Р. Контроллинг для начинающих. Система управления прибылью [Текст] / Р. Манн, Э. Майер. – Москва : Финансы и статистика, 2004. – 304 с.
39. Королев М. А. Статистический словарь [Текст] / М. А. Королев. – Москва: Финансы и статистика, 1989.
40. Азрилиян А. Н. Большой экономический словарь [Текст] / А. Н. Азрилиян. – 7-е изд., доп. – Москва : Институт новой экономики, 2007. – 1472 с.
41. Вікіпедія [Електронний ресурс] / Режим доступу : ru.wikipedia.org/wiki/.
42. Нечволод Л. І. Сучасний словник іншомовних слів [Текст] / Л. І. Нечволод. – Харків : Торсінг Плюс, 2007. – 525 с.
43. Осипов Г. В. Социологический энциклопедический словарь: на русском, английском, немецком, французском и чешском языках [Текст] / Г. В. Осипов. – Москва : ИНФРА М, 2000. – 488 с.
44. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь [Текст] / Б. А. Райзберг, Е. Б. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 5-ое издание, перераб.

и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2007. – 495 с.

45. Мочерний С. В. Економічний енциклопедичний словник : 2 том [Текст] / С. В. Мочерний, Я. С. Ляріна, О. А. Устенко, О. О. Юрій. – Львів : Світ, 2006. – 563 с.

46. Борисов А. Б. Большой экономический словарь [Текст] / А. Б. Борисов. – Москва : Книжный мир, 2006. – 860 с.

47. Вовк В. Я. Організація системи моніторингу зовнішнього середовища банку [Електронний ресурс] / В. Я. Вовк. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Fkd/2011_1/part2/24.PDF.

48. Петров Э. Г. Необходимость и инструментальные средства обеспечения эффективности государственного управления социально-экономическими системами [Электронный ресурс] / Э. Г. Петров, Е. В. Губаренко // Проблемы информационных технологий. – 2010. – № 1 (007). – Режим доступа : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/pit/2010_1/01_001.htm.

49. Валентюк І. В. Класифікація моніторингу регіонального розвитку : теоретичний аспект [Електронний ресурс] / І. В. Валентюк. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_du/2010_2/files/DU210_30.pdf.

50. Болквадзе И. Р. Формирование системы мониторинга экономического состояния промышленного предприятия как фактор повышения эффективности системы управления : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. / Болквадзе Ираклий Ревазович. – М., 2004. – 130 с.

51. Пугачова Н. Місце моніторингу в маркетингових дослідженнях сфери фізичної культури та спорту / Н. Пугачова // Молода спортивна наука України. – 2008. – Т. 1. – С. 276–279.

52. Недобега О. О. Моніторинг соціально-економічного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / О. О. Недобега – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Cher/2011_1/Nedobega.pdf.

53. Масленникова Н. Ю. Понятие и сущность мониторинга с позиции системного подхода [Электронный ресурс] / Н. Ю. Масленникова,

- О. К. Слинкова. – Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-suschnost-monitoringa-s-pozitsii-sistemnogo-podhoda>.
54. Цілі розвитку тисячоліття: Україна. Підсумки моніторингу досягнення за 2014 рік: доповідь [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/control/uk/sitemap/main>.
55. Балдина Е. В. Организация мониторинга предприятий в зарубежных странах / Е. В. Балдина // Банковский вестник. – 2003. – № 4. – С. 52–56.
56. Мороз О. М. Система мониторинга предприятия, как фактор повышения его эффективности [Електронний ресурс] / О. М. Мороз, А. А. Галба. – Режим доступу : <http://intkonf.org/ken-moroz-om-galba-aa-sistema-monitoringa-predpriyatiya-kak-faktor-povyisheniya-eyo-effektivnosti/>.
57. Пушкар М. С. Контролінг – інформаційна підсистема стратегічного менеджменту : монографія / М. С. Пушкар, Р. М. Пушкар. – Тернопіль, 2004. – 370 с.
58. Про запобігання та протидію легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом [Електронний ресурс] : закон України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/249-15>.
59. Мізюк Б. М. Сучасна логістика: моделювання інформаційних потоків у торговельних мережах : монографія / Б. М. Мізюк, Н. І. Бойко. – Львів : ЛКА, 2011. – 208 с.
60. Пушкар М. С. Контролінг – інформаційна підсистема стратегічного менеджменту : монографія / М. С. Пушкар, Р. М. Пушкар. – Тернопіль, 2004. – 370 с.
61. Про запобігання та протидію легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом : закон України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/249-15>.
62. Україна імплементує нові стандарти FATF в національне законодавство щодо відмивання коштів та фінансування тероризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art.

63. Павліченко Є. В. Класифікація суб'єктів фінансового моніторингу [Електронний ресурс] / Є. В. Павліченко. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2007-3/07pevsfm.pdf>.
64. Офіційний сайт компанії F.L.A Consultants [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.fl-a-consultants.com/ru/business-information/competitive-intelligence.html>.
65. Способы мониторинга инвестиционной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://stol.kiev.ua/obzor/111-sposoby-monitoringa-investicionnoj-dejatelnosti.html>.
66. Про створення єдиної системи залучення, використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги : постанова КМУ від 15 лютого 2002 р. № 153 (зі змінами та доп.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon3.rada.gov.ua/laws/show/153-2002-п>.
67. Про затвердження порядку розроблення, проведення моніторингу та оцінки реалізації регіональних стратегій розвитку : постанова КМУ від 16 листопада 2011 р. № 1186 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1186-2011-п>.
68. Стратегічний моніторинг розвитку регіонів (січень – березень 2012 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/738/>.
69. Садеков А. А. Регулирование рентабельности в торговом предприятии: монография / А. А. Садеков, А. В. Коструба. – Донецк: ДонГУЭТ, 2000. – 101 с.
70. Власова Н. О. Эффективность формирования финансовых результатов предприятий роздрібної торгівлі : монографія / Н. О. Власова, І. Ю. Мелушова. – Х. : ХДУХТ, 2008. – 259 с.
71. Фролова Л. В. Эффективность управления финансовыми результатами торговых предприятий : монографія / Л. В. Фролова, Л. В. Семерунь. – Донецьк : Ноулідж (донецьке відділення), 2011. – 187 с.

72. Мелушова І. Ю. Ефективність формування фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі : дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Мелушова Ірина Юріївна. – Х., 2006. – 162 с.
73. Ловінська Л. Г. Концепція фінансового результату у системі бухгалтерського обліку підприємств / Л. Г. Ловінська // Фінанси України. – 2003. – № 1. – С. 58–65.
74. Криклій О. А. Управління прибутком банку : монографія / О. А. Криклій, Н.Г. Маслак. – Суми: ДВНЗ УАБС НБУ, 2008. – 136 с.
75. Прохар Н. В. Облік доходів, витрат і фінансових результатів : проблеми теорії та практики : монографія / Н. В. Прохар, Ю. О. Ночовна. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 257 с.
76. Пікало В. Ф. Концептуальні підходи до оцінки фінансового результату в системі статистики підприємств / В. Ф. Пікало // Статистика України. – 2006. – № 4. – С. 28–33.
77. Гаращенко О. В. Облік і аналіз формування фінансових результатів та розподілу прибутку: дис. ... канд. екон. наук: 08.06.04 / Гаращенко Ольга В'ячеславівна. – К., 2004. – 200 с.
78. Міжнародна економіка: у 2 ч. Ч. І. Світова система господарювання: навч. посібник / [Т. В. Андросова, Л. О. Чернишова, В. О. Козуб та ін.]. – Х. : Форт, 2013. – 287 с.
79. Білик М.Д. Фінансові результати діяльності малих підприємств : оцінка та прогнозування : монографія / М. Д. Білик, Т. О. Білик. – К. : КНУТД, 2012. – 280 с.
80. 50 лекцій по мікроекономіке [Электронный ресурс] / [под. общ. ред. В.В. Гальперина]. – Режим доступа : <http://www.50.economicus.ru/>.
81. Баб'як М. М. Економічна теорія : навч. посібник / М. М. Баб'як, Л. А. Пещенкова, А. В. Рибчук. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 208 с.
82. Ушакова Н. Г. Історія економіки та економічної думки: навч. посібник у 2 ч. Ч. 2. / Н. Г. Ушакова, Л. М. Зарецька. – Х.: ХДУХТ, 2011. – 222 с.

83. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібною торгівлі : теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / М. В. Чорна. – Х. : ХТУБА, 2010. – 427 с.
84. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський облік в Україні: монографія / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : ЖДТУ, 2003. – 524 с.
85. Бенько М. М. Сутність та класифікація фінансових результатів діяльності підприємств в бухгалтерському обліку / М. М. Бенько, В. В. Сопко // Економічний аналіз. – 2007. – Вип. 1 (17). – С. 315–317.
86. Кириллова Л. Н. Виды прибыли в системе управления прибылью . Журнал РГГУ [Электронный ресурс] // Экономический журнал. – 2009. – № 2 (16). – Режим доступа : http://www.economicarggu.ru/2009_2/index.shtml.
87. Луговий В. А. Учёт капитала, ссуд и финансовых результатов / В. А. Луговой. – М. : ИНКОНСАУДИТ. 1995. – 128 с.
88. Пушкар М. С. Фінансовий облік : підручник / М. С. Пушкар. – Тернопіль : Карт-Бланш, 2002. – 628 с.
89. Пипко В. А. Настольная книга бухгалтера и аудитора / В. А. Пипко, Л. Н. Булавина. – [2-е изд., доп.]. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 592 с.
90. Білик Т. О. Теоретичні аспекти прибутку / Т.О. Білик // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – № 8. – С. 8–13.
91. Вороніна О. О. Управління фінансовим результатом промислового підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О. О. Вороніна. – Х., 2009. – 25 с.
92. Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерського учёта / Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 496 с.
93. Кондраков Н. П. Бухгалтерский учёт / Н. П. Кондраков. – [4-е изд., перераб. и доп.]. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 640 с.
94. Загородній А. Г. Облік і аудит: термінологічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Г. О. Партин. – Львів : Центр Європи, 2002. – 671 с.

95. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2001. – 895 с.
96. Фецович Т. Р. Формування фінансових результатів підприємств / Т. Р. Фецович // Вісник ЛККА: зб. наук. праць. Сер. Економічна. – Львів, 2011. – Вип. 36. – С.405–409.
97. Скалюк Р. В. Концепції фінансового результату діяльності промислового підприємства : міжнародна практика та вітчизняні реалії / Р. В. Скалюк // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 3 (28). – С.18-25.
98. Козуб В. О. Фінансово-кредитний механізм формування капіталу підприємств торгівлі / В. О. Козуб, Л. О. Чернишова // Облік, аудит, фінанси: сучасні проблеми теорії, практики та підготовки фахівців: II міжнар. наук.-практ. конф., 26 жовтня 2012 р. : тези доп. – Х. : ХДУХТ, 2012. – С. 195–196.
99. Янчева Л.М. Обліково-інформаційна система управління прибутком торговельних підприємств: монографія / Л.М. Янчева, І.Б. Чернікова, С.О. Кузнецова. – Х.: ХДУХТ, 2012. – 217 с.
100. Звітність підприємств: навч. посіб. / Л. М. Янчева, Н. М. Горбатюк, О. В. Олійник, І. В. Янчева. –Х.: ХДУХТ, 2010. – 176 с.
101. Сідун В. А. Економіка підприємства : навч. посібник / В. А. Сідун, Ю.В. Пономарьова. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 356 с.
102. Гросул В. А. Оцінка ефективності функціонування підприємств торгівлі з позицій ключових стейкхолдерів : монографія / В. А. Гросул, Н. Е. Аванесова. – Х. : ХДУХТ, 2010. – 230 с.
103. Бойчик І. М. Економіка підприємства: навч. посібник / І. М. Бойчик. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К. : Атіка, 2007. – 528 с.
104. Ястремський О. І. Основи мікроекономіки: підручник / О. І. Ястремський, О. Г. Гриценко. – К. : Знання, 1998. – 714 с.
105. Загальні вимоги до фінансової звітності: національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 [затверджено наказом Міністерства

фінансів України 07.02.2013 р. № 73], [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buhgalter911.com/Res/NPSBO/NPSBO1.aspx>.

106. Консолідована фінансова звітність: національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 [затверджено наказом Міністерства фінансів України 27.06.2013 № 628], [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buhgalter911.com/Res/NPSBO/NPSBO2.aspx>.

107. Дохід: міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 18 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buhgalter911.com/Res/MSBO/MSBO18.pdf>.

108. Грибов В. Д. Экономика организации (предприятия) : учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов, В. А. Кузьменко. – 7-е изд., стереотип. – М. : КНОРУС, 2013. – 408 с.

109. Global Powers of Retailing 2013 Retail Beyond [Електронний ресурс] – Режим доступу : https://www.deloitte.com/view/en_GX/global/industries/consumerbusiness/retail/a336253eda30c310VgnVCM2000003356f70aRCRD.htm#.UhHd-uUl_Qc.

110. Черёмушкин С. В. Магия финансовой метрики [Электронный ресурс] / С. В. Черёмушкин. – Режим доступа : http://www.cfin.ru/finanalysis/value/finance_metrics.shtml

111. Кох Р. Менеджмент и финансы от А до Я / Р. Кох. – СПб. : Питер, 1999. – 496 с.

112. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств та організацій (у редакції станом на 09.08.2013) : наказ № 291 [затверджений Міністерством фінансів України 30.11.1999], [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.

113. Подання фінансової звітності : міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buhgalter911.com/Res/MSBO/MSBO1.pdf>.

114. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

115. Момот Т. В. Оцінка вартості бізнесу : сучасні технології : монографія / Т. В. Момот. – Х. : Фактор, 2007. – 224 с.
116. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності : [затверджені наказом Міністерства фінансів України 28.03.2013 №443], [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://buhgalter911.com/Res/Zakoni/MetodRek/metod_fin_otch_433.aspx.
117. Global 500 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2013/full_list/.
118. Звіт про фінансові результати : положення (стандарти) бухгалтерського обліку 3 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO3.aspx>.
119. Ковалев В. В. Курс финансового менеджмента / В. В. Ковалёв. – М. : Велби : Проспект, 2008. – 448 с.
120. Витрати: положення (стандарти) бухгалтерського обліку 16 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO16.aspx>.
121. Сравнительный анализ основных требований МСФО и российских правил бухгалтерского учета и отчетности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www1.minfin.ru/ru/accounting/accounting/basics/research/comparison/index.php?pg4>
122. Коупленд Т. Стоимость компании: оценка и управление / Т. Коупленд, Дж. Муррин. – М. : Олимп-бизнес, 2008. – 576 с.
123. Young D. Eva and Value-Based management: a practical guide to implementation / D. Young , S. O'Byrne. – McGraw-Hill, 2000. – 493 p.
124. Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/razrabotka-i-organizatsionno-metodicheskoe-obespechenie-innovatsionnoi-strategii-korporatsii#ixzz2eDdkKbiR>.

125. Ивашковская И. В. Управление стоимостью компании: вызовы российскому менеджменту / И. В. Ивашковская // Российский журнал менеджмента. – 2004. – № 4. – С 113-132.
126. Батюк П. С. Управление стоимостью компании [Электронный ресурс] / П. С. Батюк. – Режим доступа : http://www.audit-garant.com/article_psb2.htm.
127. Краснокутська Н. С. Потенціал торговельного підприємства : теорія та методологія дослідження : монографія / Н. С. Краснокутська. – Х. : ХДУХТ, 2010. – 247 с.
128. Краснокутская Н. С. Влияние ресурсного потенциала на формирование ценности предприятиями торговли / Н. С. Краснокутская, Е. А. Круглова, В. Ю. Андросов // Бизнес-Информ. – 2013. – № 5. – С. 202–207.
129. Жуковская И. В. Эффективность управления инвестиционными ресурсами предприятия [Электронный ресурс] / И. В. Жуковская // Экономика и управление. – 2010. – № 4 (54). – Режим доступа : <http://1-fin.ru/?id=451>.
130. Энциклопедия управления : справочник [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/encycl/noplat.shtml>.
131. Клейнер Г. Б. Развитие теории экономических систем и ее применение в корпоративном и стратегическом управлении / Клейнер Г. Б. – М. : ЦЭМИ РАН, 2010. – 69 с.
132. Клейнер Г. Б. Системная экономика как платформа развития современной экономической теории / Г. Б. Клейнер // Системный анализ в экономике – 2012: науч.-практ. конф., 27 – 28 ноября 2012 г. : материалы. – М. : ЦЭМИ РАН, 2012. – С. 31–41.
133. Мізюк Б. М. Елементи теорії управління : навч. посібник / Б. М. Мізюк. – Львів: ЛКА, 1998. – 200 с.
134. Семерунь Л. В. Ефективність управління фінансовими результатами торговельних підприємств: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. – Донецьк., 2011. – 204 с.

135. Круглова О. А. Моніторинг фінансових результатів торговельних підприємств: сутність та модель реалізації / О. А. Круглова, Л. В. Семерунь. – Науковий вісник ПУЕТ. Сер. Економічні науки. – 2013. – № 3 (58). – С. 150–157.
136. Иванова Т. Ю. Теория организации / Т. Ю. Иванова, В. И. Приходько. – СПб. : Питер, 2004. – 269 с.
137. Борисова З. Н. Сущность процессно-структурного подхода к проектированию и развитию систем управления [Электронный ресурс] / З. Н. Борисова // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 1(29). – Режим доступа : <http://www.m-economy.ru/art.php?nAr>.
138. Махота А. В. Методичний підхід до здійснення моніторингу конкурентних переваг банку в системі забезпечення його конкурентоспроможності / А. В. Махота // Економічні науки. Сер. Облік і фінанси. – 2010. – Випуск 7 (25), ч. 5 – С. 1–16.
139. Аветисян К. П. Формування системи моніторингу конкурентного розвитку підприємства / К. П. Аветисян, Г. В. Толкачева // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. – 2009. – Вип. 8. – С. 235–243.
140. Міценко Н. Г. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / Н. Г. Міценко, О. С. Смик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3. – С. 243–247.
141. Власова Н. О. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку : монографія / Н. О. Власова, О. В. Колчкова; Харківський держ. ун-т харчування та торгівлі. – Х., 2012. – 255 с.
142. Власова Н. О. Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємств роздрібної торгівлі : монографія / Н. О. Власова, Т. С. Пічугіна, П. В. Смірнова. – Х. : ХДУХТ, 2010. – 222 с.
143. Мізюк Б. М. Інформаційна база вибору та реалізації конкурентних стратегій торговельних підприємств споживчої кооперації України / Б. М. Мізюк, І. І. Тучковська // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів: 2013. – Вип. 40. – С. 77–83.

144. Хмелевський О. В. Механізм управління прибутковістю промислового підприємства (на прикладі машинобудування): дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Хмелевський Олег Васильович. – Хмельницький, 2008. – 201 с.
145. Систематизація показників моніторингу фінансових результатів на підприємстві / Андросова Т. В., Круглова О. А., Козуб В. О. // Бізнес Інформ. – Харків: ХНЕУ, 2015. – № 6. – С. 127-132.
146. Андросова Т. В., Круглова О. А., Козуб В. О. Моніторинг у системі управління підприємством: сутнісні характеристики та сфера реалізації / Економічні, управлінські, правові та інформаційно-технічні проблеми діяльності підприємств: колективна монографія / за заг. ред. Л.М. Савчук, М. Фіц. – Дніпро: Герда, 2016. – 528 с. – С. 100–107.
147. Систематизація видів моніторингу в управлінні підприємством / Круглова О. А., Козуб В. О., Чернишова Л. О. // Проблеми економіки. – 2016. – №1. – С. 183–189.
148. Андросова Т. В., Носач Л. Л., Чернишова Л. О., Козуб В. О. Моніторинг розрахункової взаємодії підприємств з вітчизняними та іноземними бізнес-партнерами // Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. Volume 5, 4/2017. – р. 6–11.
149. Козуб В. О., Чернишова Л. О., Бубенець І. Г. Формування системи моніторингу фінансових результатів в підприємствах – суб'єктах зовнішньоекономічної діяльності // Матеріали за 12-а міжнародна научна практична конференція, «Образованието и науката на ХХІ век – 2016», 17 – 25 октомври, 2016. Том 1. Икономики. София. «Бял ГРАД-БГ» ООД – 92 стр. – С. 3–6.
150. Андросова Т. В., Козуб В. О., Кот О. В. Особливості формування фінансових результатів в підприємствах – суб'єктах зовнішньоекономічної діяльності // Materiały XII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Nauka i inowacja – 2016», 07–15 września 2016 roku. – Volume 1. Ekonomiczne nauki.: Przemysł. Nauka i studia – 88 str. – s. 24–29.

151. Deloitte Touché Tohmatsu Limited. Global Powers of Retailing 2015. Analysis of financial performance using company annual reports other public sources of Top 250 global retailers for fiscal years ended through June 2014. [Electronic resource]. – Available at: www.deloitte.com/consumerbusiness.
152. Deloitte Touché Tohmatsu Limited. Global Powers of Retailing 2016. Analysis of financial performance using company annual reports other public sources of Top 250 global retailers for fiscal years ended through June 2015. [Electronic resource]. – Available at: www.deloitte.com/consumerbusiness.
153. Deloitte Touché Tohmatsu Limited. Global Powers of Retailing 2017. Analysis of financial performance using company annual reports other public sources of Top 250 global retailers for fiscal years ended through June 2016. [Electronic resource]. – Available at: www.deloitte.com/consumerbusiness.
154. Ринок роздрібної торгівлі України за 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.credit-rating.ua/img/st_img/AS/2015/Roznica_2016.pdf.
155. Мупаклі К. Мантрала, Манфред Краффт. Роздрібна торгівля у ХХІ столітті. Теперішні та майбутні тренди. Пер. з англ. під редакцією Л. Савицької. – К. : Видавництво Олексія Капусти (підрозділ агенції «Стандарт»). – 2008. – 462 с.
156. Внутрішня торгівля України : проблеми і перспективи розвитку : монографія / І. М. Копич, О. О. Нестуля та ін.; за заг. ред. В. В. Апопій, П. Ю. Балабана. – Львів: «Новий світ – 2000», 2014. – 565 с.
157. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації : монографія / Л. О. Лігоненко, Г. М. Богославець, Г. Л. Піратовський та ін.; за ред. Л. О. Лігоненко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 334 с.
158. Апопій В. В. Ринки в системі внутрішньої торгівлі України : монографія / В. Апопій, І. Міщук, С. Рудницький та ін. – Львів: Вид-во ЛКА, 2012. – 416 с.
159. Бакунов О. О. Роздрібні торговельні мережі: стратегії розвитку : монографія / О. О. Бакунов, В. А. Распопова. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2012. – 184 с.

160. «АТБ» і «Фоззі» посилили позиції лідерів на ринку продовольчого рітейлу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agravery.com/uk/posts/show/atb-i-fozzi-posilili-pozicii-lideriv-na-rinku-prodovolcogo-ritejlu>
161. World retail data and statistics [Electronic resource]. – Available at : http://www.euromonitor.com/medialibrary/PDF/Book_WRDAS_Ed70.pdf.
162. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
163. Діяльність суб'єктів господарювання за 2016 р.: статистичний збірник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
164. Державна установа «Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://smida.gov.ua/>
165. Баканов М. И. Оценка качества прибыли / М.И. Баканов, В. В. Мелентьева // Аудит и финансовый анализ, 1999. – №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/afa/1999-4/02.shtml>
166. Бернстайн Л. А. Анализ финансовой отчётности: теория, практика и интерпретация : пер. с англ. / Научн. ред. перевода чл.-корр. РАН И.И. Елисеева.; Гл. редактор серии : проф. Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 624 с.
167. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / А. Д. Шеремет. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 415 с.
168. Хістева О. В. Якість прибутку та його вплив на сталий розвиток торговельного підприємства. – Автореферат дис. на здобуття наукового ступеня кандидата наук. ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, Донецьк 2006 – 19 с.
169. Зінченко О. А. Показники і критерії якості прибутку підприємства на етапі його використання / О. А. Зінченко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7(97). – С. 106–111 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ape/2009_7/106-111.pdf
170. Зінченко О. А. Управління якістю фінансового результату підприємства / О. А. Зінченко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 1(103). –

С. 109–114 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ape/2010_1/109-114.pdf

171. Зінченко О. А. Методологічні підходи до вимірювання якості прибутку підприємства / О. А. Зінченко // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2011. – № 2. – С. 101–105 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/VDie/2011_2/files/26.pdf

172. Скалюк Р. В. Якість фінансового результату господарської діяльності промислового підприємства / Р. В. Скалюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvfbi/2010_4/08st.pdf

173. Когденко В. Г. Экономический анализ : учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. / В. Г. Когденко. – М. : Юнити-Дана, 2011. – 399 с.

174. Сорокина С. В. Система факторов, влияющих на формирование прибыли предприятия / С. В. Сорокина // Вісник СевНТУ : зб. наук. пр. Вип. 116/2011. Серія : Економіка і фінанси. – Севастополь, 2011. – С. 205–210.

175. Дроздов О. А. Система количественных показателей качества прибыли предприятия / О. А. Дроздов // Экономический анализ: теория и практика. 2010. – №17(182). – С. 22–28 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.1-fin.ru/?id=456>

176. Хвостенко В. С. Оцінка якості прибутку як невід’ємна складова стратегічного аналізу / В. С. Хвостенко // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – Тернопіль : ТНЕУ, 2011. – № 9. – С. 354–360. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Ecan/2011_9_1/pdf/hvostenko.PDF

177. Нагайчук В. В. Вплив якості прибутку підприємства на його функціонування / В. В. Нагайчук // Економіка розвитку. – 2013. – С. 73 – 77. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Ecoroz /2013_1/e131nah.pdf

178. Козуб В. О., Чернишова Л. О., Кот О. В. Дослідження сучасних тенденцій розвитку світового сектору роздрібної торгівлі / Економічна кібернетика : моделювання соціально-економічних систем : колективна

монографія / за заг. ред. Л.М. Савчук, К.Ф. Ковальчука. – Дніпро: Пороги, 2017. – 480 с. – С. 353–362.

179. Круглова О. А., Козуб В. О., Козуб С. О. Якість прибутку як індикатор ефективності управління підприємством // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Випуск 27/2017.

180. Козуб В. О., Чернишова Л. О., Кот О. В. Порівняльний аналіз розвитку роздрібної торгівлі в Україні та країнах Європи // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – №20. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua>.

181. Андросова Т. В., Козуб В. О. Інформаційна модель моніторингу фінансових результатів підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності // Materiály XIII Mezinárodní vědecko – praktická konference «Vědecký průmysl evropského kontinentu – 2017», 22–30 listopadu 2017 roku. Volume 4 : Praha. Publishing House «Education and Science» – 100 s. – s. 20–23.

182. Кузин Б. И. Методы и модели управления фирмой / Б. И. Кузин, В. Н. Юрьев, Г. М. Шахдинаров. – СПб. : Питер, 2001. – 432 с.

183. Мізюк Б. М. Конкурентні стратегії торговельних підприємств : монографія / Б. М. Мізюк, І. І. Тучковська. – Львів : ЛКА, 2013. – 192 с.

184. Власова Н. О. Формування оптимальної структури капіталу в підприємствах роздрібної торгівлі : монографія / Н. О. Власова, Л. І. Безгінова. – Х. : ХДУХТ, 2006. – 160 с.

185. Ковалев В. В. Курс финансового менеджмента / В. В. Ковалёв. – М. : Велби : Проспект, 2008. – 448 с.

186. Гаркуша Н. М. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті : навч. посібник / Н. М. Наркуша, О. В. Цуканова, О. О. Горошанська. – К. : Знання, 2010. – 427 с.

187. Шредер Н. Г. Анализ финансовой отчетности / Н. Г. Шредер. – М.: Альфа-Пресс, 2008. – 176 с.

188. Modigliani F. The cost of capital, corporation finance and the theory of investment / F. Modigliani, M. Miller // American Economic Review. – 1958. – Vol. 48 (3). – P. 261–297.
189. Ибрагимов Р. Г. Структура капитала и ценность компании [Электронный ресурс] / Р. Г. Ибрагимов // Российский журнал менеджмента. – 2009. – № 4, т. 7. – Режим доступа : http://www.cfin.ru/management/finance/capital/modigliani-miller_analysis.shtml?printversion
190. Ли Ченг Ф. Финансы корпорации: теория, методы и практика / Ф. Ли Ченг, Д. И. Финнерти ; пер с англ. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 485 с.
191. Харченко Н. В. Дивідендна політика акціонерних товариств : монографія / Н. В. Харченко. – Полтава : РВВ Полтавської держ. аграр. акад., 2009. – 224 с.
192. Лігоненко Л. О. Дивідендна політика підприємства / Л. О. Лігоненко, Л. В. Ключенок, Н. В. Юрчук. – К. : Київ. держ. торг.-екон. ун-т, 2000. – 67 с.
193. Теория измерения капитала и прибыли : монография / под. общ. ред. проф. Бутынца Ф., проф. Добии М. – Краков, 2010. – 400 с.
194. Пігуль Н. Г. Управління прибутком підприємства / Н. Г. Пігуль // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць. – Суми : Вид-во Укр. акад. банків. справи НБУ. – 2010. – № 28. – С. 125–132.
195. Козак Л. В. Прибуток підприємств : теоретико-методичні засади формування та аналізу : монографія / Л. В. Козак, О. Р. Кривицька, О. М. Новоселецький. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2012. – 160 с.
196. Прохар Н. В. Облік доходів, витрат і фінансових результатів : проблеми теорії та практики : монографія / Н. В. Прохар, Ю. О. Ночовна. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. – 257 с.
197. Фролова Л. В. Управління вартістю підприємства : оцінка та формування : монографія / Л. В. Фролова, О. О. Лісніченко. – Кривий Ріг : Видавець : ФОП Чернявський Д. О. – 2015. – 292 с.

198. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства : наказ Міністерства фінансів України від 27 червня 2013 р. № 635 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nau.kiev.ua>.
199. Харченко Н. В. Дивідендна політика акціонерних товариств : монографія / Н. В. Харченко. – Полтава : РВВ Полтавської держ. аграр. акад., 2009. – 224 с.
200. Мізюк Б. М. Стратегічне управління : підручник / Б.М. Мізюк. – [2-ге вид., переробл. і доп.]. – Львів : Магнолія плюс, 2006. – 392 с.
201. Швиданенко Г. О. Бізнес-діагностика підприємства навч. посібник. / Г. О. Швиданенко, А. І. Дмитренко, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2008. – 344 с.
202. Савчук В. П. Стратегия + Финансы: уроки принятия бизнес-решений для руководителей / В. П. Савчук. – К. : Company Group, 2009. – 352 с.
203. Макаров А. С. Формирование финансовой политики организации с учетом стадий жизненного цикла / А. С. Макаров // Финансы и кредит. – 2010. – № 12 (396). – Режим доступа : <http://fin.ru/?id=459>.
204. Ков'ях Т. В. Управління розвитком підприємств роздрібної торгівлі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Т. В. Ков'ях. – Харків, 2012. – 19 с.
205. Ивашковская И. В. Жизненный цикл организации и агрегированный показатель роста / И. В. Ивашковская, Д. О. Янгель // Корпоративные финансы. – 2007. – № 4. – С. 97–110.
206. Міценко Н. Г. Ефективність і результативність діяльності торговельного підприємства: оцінка та планування / Н. Г. Міценко, І. П. Міщук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.8. – С. 260–268.
207. Козуб В. О., Круглова О. А. Методичне забезпечення моніторингу фінансових результатів підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності / Теорія і практика діяльності підприємств : монографія / за заг. ред. Савчук Л.М., Бандоріної Л.М.; Нац. металург. академія України. – Дніпро :

Пороги, 2017. – 472 с. – С. 273–288.

208. Андросова Т. В., Круглова О. А., Козуб В. О. Базовий моніторинг фінансових результатів підприємств торгівлі – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності // Проблеми економіки. – Харків : ХНЕУ, 2017. – № 3.

209. Круглова О. А., Козуб В. О. Формування системи показників проблемного моніторингу фінансових результатів торговельного підприємства // Бізнес Інформ. – Харків: ХНЕУ, 2017. – № 11.

ДОДАТОК А

Розширена класифікація видів моніторингу (узагальнено авторами)

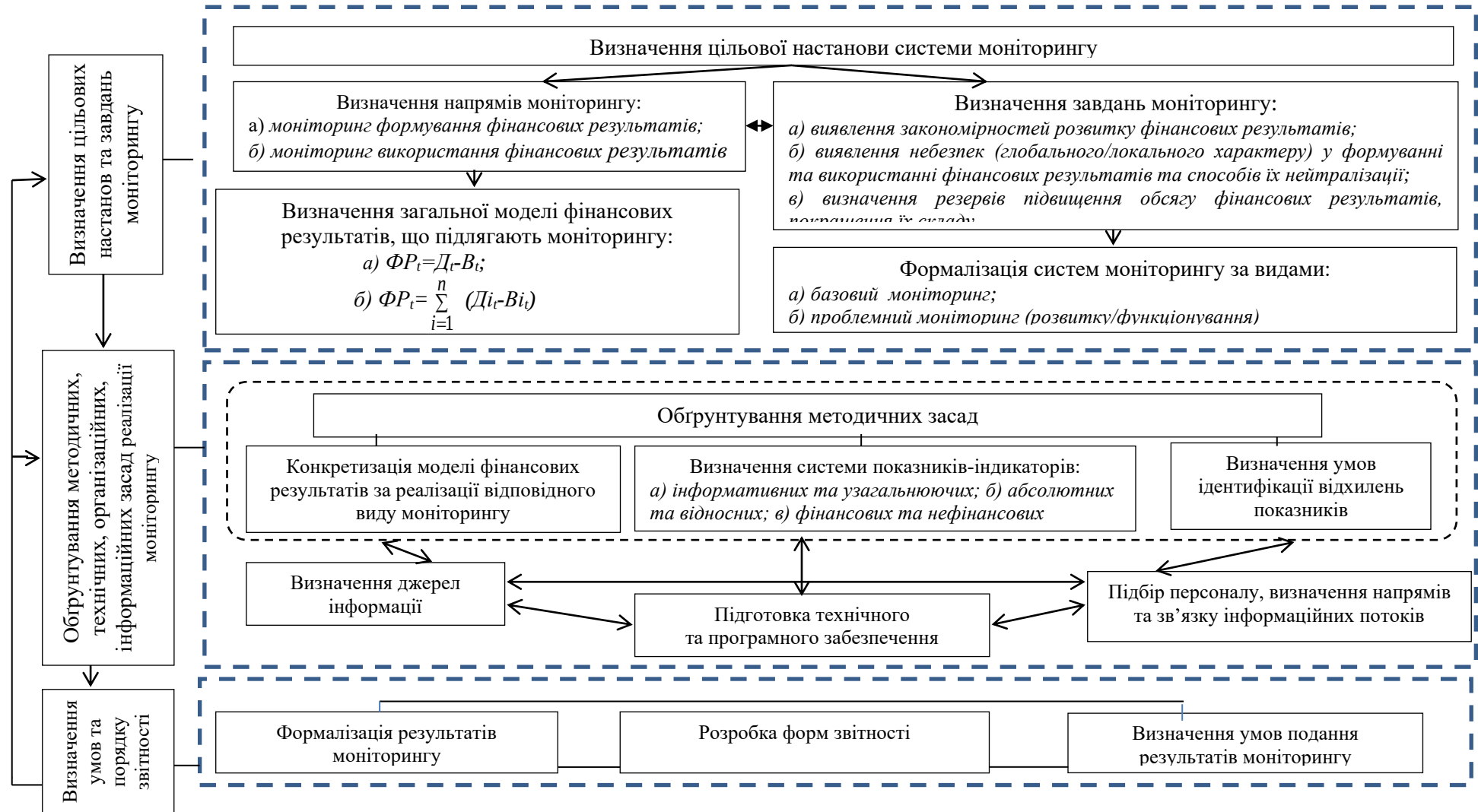
Класифікаційна ознака	Видові прояви
Сфера застосування	Моніторингу сфері екології (моніторинг повітря, води, лісів, тощо)
	Моніторинг у сфері медицини (моніторинг санітарно-гігієнічний, епідеміологічний, тощо)
	Моніторинг у сфері економіки (моніторинг обсягів виробництва та реалізації окремих видів продукції, цін, податків, тощо)
	Моніторинг у сфері політології та соціології (моніторинг засобів масової інформації, регіональних ЗМІ, виборів, соціально-політичний моніторинг регіонів, законодавства тощо)
	Моніторинг у сфері промисловості (моніторинг каталітичних процесів, корозії металів, тощо)
	Моніторинг у сфері освіти (моніторинг якості знань, освітніх систем, освітніх програм, тощо)
	Моніторинг у сфері фізичної культури та спорту (моніторинг якості надання фізкультурно-спортивних та оздоровчих послуг тощо)
Рівень організації	Моніторинг, організований на загальнодержавному рівні (моніторинг досягнення Україною цілей розвитку тисячоліття)
	Моніторинг організований на галузевому (регіональному, місцевому) рівні (моніторинг ринку праці, цін на соціально-значущі товари, на пальне тощо)
	Моніторинг організований на рівні окремого суб'єкта господарювання (моніторинг обслуговування споживачів у підприємствах торгівлі; технології виробництва продукції, виконання робіт, моніторинг фінансових ресурсів, фінансових результатів, витрат, заборгованостей, тощо)
Обов'язковість до реалізації	Моніторинг, обов'язковий до реалізації (обов'язковий внутрішній фінансовий моніторинг)
	Моніторинг, що не є обов'язковим до реалізації (моніторинг ринку праці, фінансових результатів, законодавства соціально-політичний моніторинг регіонів тощо)
Об'єкт моніторингу	Моніторинг зовнішнього середовища суб'єкта господарювання (моніторинг процесів, дій, результатів, що виникають у зовнішньому середовищі господарюючого суб'єкта)
	Моніторинг внутрішнього середовища суб'єкта господарювання (моніторинг процесів, дій, результатів, що виникають у внутрішньому середовищі господарюючого суб'єкта)
Суб'єкт моніторингу	Моніторинг визначеного об'єкта з боку зовнішніх органів управління (зовнішній моніторинг) (моніторинг якості харчових продуктів, що здійснюється СЕС тощо)
	Моніторинг визначеного об'єкта з боку служб та органів управління окремого господарюючого суб'єкта (моніторинг якості продукції, обов'язковий внутрішній фінансовий моніторинг, тощо)

Продовження додатку А

Класифікаційна ознака	Видові прояви
Цільові настанови	Базовий (інформаційний) моніторинг (моніторинг ринку праці, моніторинг інвестиційної активності підприємств, моніторинг цін на товари, моніторинг природно-кліматичних змін, тощо)
	Проблемний моніторинг : а) розвитку (поточний моніторинг, заключний моніторинг інвестиційного проекту (програми), моніторинг окремих фаз інвестиційної діяльності тощо); б) функціонування (моніторинг фінансових результатів, дебіторської заборгованості, обслуговування споживачів, тощо)
Рівень завдань управління	Моніторинг для обґрунтування рішень у стратегічному періоді / стратегічний моніторинг (моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів, управлінських рішень органів влади, перебіг реформування основних сфер суспільного життя, тощо)
	Моніторинг для обґрунтування рішень у поточному періоді / тактичний моніторинг (моніторинг фінансових результатів, активів господарюючих суб'єктів, тощо)
	Моніторинг для обґрунтування рішень в оперативному режимі / оперативний моніторинг (моніторинг цін на товари тощо)
Методичні засади реалізації	Динамічний моніторинг (моніторинг, що заснований на показниках динаміки)
	Конкурентний моніторинг (моніторинг, що реалізований на засадах порівняння з конкурентами)
	Порівняльний моніторинг (моніторинг, що реалізований на засадах бенчмаркінгу)
	Комплексний моніторинг (моніторинг, що реалізований за використання комплексу критеріїв)
Стадія реалізації	Моніторинг на основі первинної інформації
	Моніторинг на основі агрегованої інформації
Орієнтація на користувача	Моніторинг, орієнтований на суспільство
	Моніторинг, орієнтований на спеціалістів у визначеній сфері (моніторинг продажів, надходження товарів, цін реалізації, тощо)
	Моніторинг, орієнтований на конкретні органи управління, керівників/власників окремих підприємств

ДОДАТОК Б

Деталізована модель моніторингу фінансових результатів підприємств – суб'єктів ЗЕД (розроблено авторами)



Позначки: $ФР_t$ – фінансові результати t-го періоду; D_t – доходи t-го періоду; B_t – витрати t-го періоду; D_{it} – доходи за i-м напрямом у t-й період; B_{it} – витрати за i-м напрямом у t-й період; i – напрям (за товаром; видом діяльності; центром відповідальності, тощо) відображення результату.

ДОДАТОК В

Систематизація показників-індикаторів за послідовністю формування та використання фінансових результатів підприємства (розроблено авторами)

Вид фінансового результату	Група показників-індикаторів	Показники-індикатори	Періодичність розрахунку	Джерела інформації
1	2	3	4	5
Валовий прибуток (збиток)	Показники-індикатори валового прибутку (збитку)	абсолютна величина валового прибутку (збитку); темп змін валового прибутку (збитку)	щонеділі, щодавно, щомісячно	дані бухгалтерського, управлінського обліку
	Показники-індикатори результативності формування валового прибутку (збитку)	рівень виконання плану з формування валового прибутку (збитку)		
	Показники-індикатори ефективності формування валового прибутку (збитку)	рівень валового прибутку (збитку)		
Фінансовий результат від реалізації	Показники-індикатори фінансового результату від реалізації	абсолютна величина фінансового результату від реалізації; темп змін фінансового результату від реалізації	щомісячно, щоквартально	дані бухгалтерського, управлінського обліку
	Показники-індикатори результативності формування фінансового результату від реалізації	рівень виконання плану з формування фінансового результату від реалізації		
	Показники-індикатори ефективності формування фінансового результату від реалізації	рентабельність реалізації		
Фінансовий результат до оподаткування	Показники-індикатори фінансових результатів за видами діяльності	абсолютна величина фінансового результату до оподаткування; абсолютна величина фінансового результату від операційної діяльності; абсолютна величина фінансового результату від фінансової діяльності; абсолютна величина фінансового результату від інвестиційної діяльності; абсолютна величина фінансового результату від іншої звичайної діяльності	щоквартально, щорічно	дані фінансової звітності

Продовження додатку В

1	2	3	4	5
	Показники-індикатори результативності формування фінансових результатів	рівень виконання плану з формування фінансового результату до оподаткування; рівень виконання плану з формування фінансових результатів від операційної діяльності; рівень виконання плану з формування фінансових результатів від фінансової діяльності; рівень виконання плану з формування фінансових результатів від інвестиційної діяльності; рівень виконання плану з формування фінансових результатів від іншої звичайної діяльності; приріст (зниження) фінансових результатів до оподаткування; приріст (зниження) фінансових результатів від операційної діяльності; приріст (зниження) фінансових результатів від фінансової діяльності; приріст (зниження) фінансових результатів від інвестиційної діяльності; приріст (зниження) фінансових результатів від іншої звичайної діяльності		
	Показники-індикатори ефективності формування фінансових результатів	рентабельність діяльності; рентабельність активів; рентабельність власного капіталу	щоквартально, щорічно	дані фінансової звітності
	Показники-індикатори ефективності формування фінансових результатів за підприємствами-конкурентами	рентабельність діяльності; рентабельність активів; рентабельність власного капіталу	щорічно	дані фінансової звітності
Чистий фінансовий результат	Показники-індикатори чистого фінансового результату	абсолютна величина чистого фінансового результату	щоквартально, щорічно	дані фінансової звітності
	Показники-індикатори результативності формування чистого фінансового результату	рівень виконання плану з формування чистого фінансового результату; приріст (зниження) чистого фінансового результату у динаміці	щоквартально, щорічно	дані фінансової звітності

Продовження додатку В

1	2	3	4	5
	Показники-індикатори ефективності формування фінансових результатів за чистим прибутком	рентабельність за чистим прибутком підприємств	щорічно	дані фінансової звітності
	Показники-індикатори ефективності формування фінансових результатів за підприємствами-конкурентами	рентабельність за чистим прибутком підприємств-конкурентів	щорічно	дані фінансової звітності
Нерозподілений прибуток	Показники-індикатори використання фінансових результатів	абсолютна величина капіталізованої частини чистого прибутку; абсолютна величина чистого прибутку, що спрямований на споживання; частка чистого прибутку, що спрямована на капіталізацію; частка чистого прибутку, що спрямована на споживання	щорічно	дані фінансової звітності
	Показники-індикатори результативності використання фінансових результатів	рівень виконання плану з капіталізації чистого прибутку; рівень виконання плану зі споживання чистого прибутку	щорічно	дані фінансової звітності
	Показники-індикатори ефективності використання фінансових результатів	коефіцієнт інвестування прибутку; коефіцієнт дивідендних виплат	щорічно	дані фінансової звітності
	Показники-індикатори ефективності використання фінансових результатів за підприємствами-конкурентами	коефіцієнт інвестування прибутку; коефіцієнт дивідендних виплат	щорічно	дані фінансової звітності

ДОДАТОК Г

Вихідна інформація та результати оцінювання стану та динаміки фінансових результатів підприємств торгівлі

Таблиця Г.1 – Вихідна інформація щодо результатів діяльності
за підприємствами торгівлі вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (тис. грн)

№ з/п	Назва підприємства	Чистий дохід						
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	10604969,0	15862927,0	19860306,0	23553489,0	27408606,0	35022577,0	34738968
2	ТОВ "Таврія-В"	792415,0	843818,0	865475,0	947908,0	1372646,0	1483119	1565353
3	ТОВ "Сучасний модерн"	229931,0	268747,0	207837,0	303175,0	534773,0	650667,0	492263
4	ПАТ "Базис"	145673	146344	146569	153259	161994	170032	177189
5	ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	345446,0	365557,0	386836	419698	478978	653882	736061
6	ТОВ "Аргон"	253891	277606	394351	438906	500182	669945	881777
7	ПАТ "Рітейл Груп"	1275,7	5434,1	4451423	4582557	5112699	6540548	7330578

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Собівартість						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	10	11	12	13	14	15	16
1	9085053,0	12920750,0	16052852,0	19440975,0	21960669,0	28093748,0	27935424,0
2	680820,0	715000,0	714566,0	781228,0	1146222,0	1209882,0	1339723,0
3	197008,0	233725,0	177846,0	246437,0	420225,0	511785,0	391595,0
4	121594	120438	117863	124918	129974	135145,0	144846,0
5	305931,0	324414,0	342243	372677	427912	592564,0	665296,0
6	213871	231584	331111	365982	405325	538776,0	697456,0
7	823,4	4347,4	3820633	3946454	4453644	4834397,0	5471477,0

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Валовий прибуток						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	17	18	19	20	21	22	23
1	1519916,0	2942177,0	3807454,0	4112514,0	5447937,0	6928829,0	6803544,0
2	111595,0	128818,0	150909,0	166680,0	226424,0	273237,0	225630,0
3	32923,0	35022,0	29991,0	56738,0	114548,0	138882,0	100668,0
4	24079,0	25906,0	28706,0	28341,0	32020,0	34887,0	32343,0
5	39515,0	41143,0	44593,0	47021,0	51066,0	61318,0	70765,0
6	40020,0	46022,0	63240,0	72924,0	94857,0	131169,0	184321,0
7	452,3	1086,7	630790,0	636103,0	659055,0	1706151,0	1859101,0

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Адміністративні витрати						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	24	25	26	27	28	29	30
1	172915,0	178508,0	189621,0	183733,0	231956,0	667897,0	748781,0
2	30881,0	24014,0	34363,0	43196,0	48627,0	46734,0	52991,0
3	3178,0	3821,0	3583,0	5562,0	10632,0	10494,0	8804,0
4	2069,0	2263,0	2154,0	2816,0	2693,0	3186,0	4035,0
5	15141,0	15183,0	15705,0	17122,0	18726,0	19455,0	20472,0
6	4618,0	5664,0	5317,0	8165,0	13940,0	17979,0	26642,0
7	265,4	2745,0	206108,0	254963,0	247981,0	1572712,0	1576505,0

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Витрати на збут						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	31	32	33	34	35	36	37
1	1163136,0	2192331,0	3320166,0	3759848,0	4224297,0	6183267,0	6547372,0
2	119985,0	163678,0	202248,0	204191,0	166117,0	225076,0	220530,0
3	15200,0	15155,0	13660,0	25367,0	52991,0	59184,0	48329,0
4	17418,0	22014,0	24295,0	23587,0	27085,0	29756,0	28016,0
5	16215,0	20498,0	23524,0	26896,0	33396,0	42483,0	54984,0
6	29704,0	35113,0	52726,0	61033,0	73292,0	103109,0	149002,0
7	42,6	0,0	467250,0	594907,0	672462,0	642560,0	748260,0

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Інші операційні доходи						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	38	39	40	41	42	43	44
1	110965,0	385954,0	499813,0	281875,0	459881,0	664139,0	591772,0
2	136336,0	165878,0	218689,0	282990,0	308955,0	342289,0	375944,0
3	625,0	853,0	7379,0	439,0	273,0	524,0	202,0
4	1809,0	3616,0	3100,0	3896,0	3042,0	2155,0	5375,0
5	3279,0	6169,0	7379,0	12218,0	17703,0	22730,0	30043,0
6	4610,0	12761,0	1937,0	2763,0	1895,0	1812,0	2722,0
7	8871,1	13,7	369153,0	431465,0	471859,0	614871,0	792561,0

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Інші операційні витрати						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	45	46	47	48	49	50	51
1	27838,0	278833,0	363235,0	81851,0	291369,0	361514	249464,0
2	6521,0	17788,0	6973,0	43959,0	140193,0	135027	96663,0
3	1300,0	2530,0	6823,0	5063,0	2217,0	1695,0	3156,0
4	1162	810	3142	1847	571	616	1763,0
5	1451,0	1235,0	1539	1812	26053	1338	2492,0
6	4683,0	12942,0	2247	3124	2804	2982	5231,0
7	723,6	42,6	42969	50278	71484	104585	115234,0

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Дохід від участі у капіталі						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	52	53	54	55	56	57	58
1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Інші фінансові доходи						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	59	60	61	62	63	64	65
1	10892,0	40599,0	18454,0	115997,0	244091,0	137124,0	868867,0
2	599,0	458,0	609,0	337,0	256,0	11,0	6,0
3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
5	0,0	1,0	1,0	2,0	1,0	2,0	1,0
6	0,0	0,0	0,0	179,0	34,0	240,0	26,0
7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Інші доходи						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	66	67	38	39	70	71	72
1	4914,0	661752,0	893547,0	78854,0	922463,0	439763,0	770931,0
2	0,0	8083,0	0,0	0,0	650,0	26,0	208,0
3	0,0	0,0	3000,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4	0,0	0,0	138,0	0,0	0,0	0,0	0,0
5	0,0	6,0	0,0	0,0	8,0	8,0	0,0
6	0,0	9983,0	0,0	0,0	328,0	3587,0	523,0
7	0,0	28,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Фінансові витрати						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	73	74	75	76	77	78	79
1	274984,0	714926,0	455193,0	464268,0	594927,0	701014,0	759598,0
2	82929,0	87072,0	120633,0	134741,0	153169,0	166320,0	149800,0
3	1442,0	1360,0	1230,0	1900,0	18150,0	14514,0	9436,0
4	919,0	1170,0	2145,0	2657,0	3186,0	2743,0	1970,0
5	8579,0	9249,0	10180,0	11619,0	12999,0	17509,0	18080,0
6	1910,0	2419,0	4021,0	4034,0	3815,0	4444,0	7981,0
7	208,1	0,0	116973,0	129259,0	650770,0	861382,0	389272,0

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Втрати від участі в капіталі						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	80	81	82	83	84	85	86
1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3	0,0	0,0	0,0	6,0	0,0	0,0	0,0
4	0,0	35,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Інші витрати						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	87	88	89	90	91	92	93
1	5745,0	665705,0	890849,0	99083,0	2137908,0	1661779,0	1110509,0
2	0,0	7375,0	0,0	0,0	600,0	0,0	0,0
3	248,0	283,0	3184,0	1987,0	58,0	1914,0	50,0
4	0,0	6,0	7,0	1,0	11,0	19,0	2,0
5	98,0	51,0	84,0	82,0	134,0	212,0	93,0
6	210,0	10135,0	62,0	0,0	4229,0	7766,0	1702,0
7	8902,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Продовження табл. Г.1

№ з/п	Чистий прибуток						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	94	95	96	97	98	99	100
1	1130,0	172,0	204,0	209,0	-406230,0	-1405909,0	-383557,0
2	7999,0	3310,0	5990,0	23920,0	26228,0	38256,0	67079,0
3	9199,0	9815,0	9393,0	14011,0	25234,0	42316,0	25498,0
4	3003,0	2361,0	201,0	348,0	1201,0	688,0	1701,0
5	31,0	500,0	371,0	521,0	-22530,0	3061,0	4692,0
6	2172,0	1807,0	462,0	-761,0	-1249,0	433,0	-2966,0
7	29,4	1203,6	19814,0	30807,0	-512926,0	-861506,0	-177642,0

Таблиця Г.2 – Сукупні доходи за підприємствами торгівлі вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (тис. грн)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	10604969,0	15862927,0	19860306,0	23553489,0	27408606,0	35022577,0	34738968,0
ТОВ "Таврія-В"	792415,0	843818,0	865475,0	947908,0	1372646,0	1483119,0	1565353,0
ТОВ "Сучасний модерн"	229931,0	268747,0	207837,0	303175,0	534773,0	650667,0	492263,0
ПАТ "Базис"	145673,0	146344,0	146569,0	153259,0	161994,0	170032,0	177189,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	345446,0	365557,0	386836,0	419698,0	478978,0	653882,0	736061,0
ТОВ "Аргон"	253891,0	277606,0	394351,0	438906,0	500182,0	669945,0	881777,0
ПАТ "Рітейл Груп"	1275,7	5434,1	4451423,0	4582557,0	5112699,0	6540548,0	7330578,0
Інші операційні доходи							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	110965,0	385954,0	499813,0	281875,0	459881,0	664139,0	591772,0
ТОВ "Таврія-В"	136336,0	165878,0	218689,0	282990,0	308955,0	342289,0	375944,0
ТОВ "Сучасний модерн"	625,0	853,0	7379,0	439,0	273,0	524,0	202,0
ПАТ "Базис"	1809,0	3616,0	3100,0	3896,0	3042,0	2155,0	5375,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	3279,0	6169,0	7379,0	12218,0	17703,0	22730,0	30043,0
ТОВ "Аргон"	4610,0	12761,0	1937,0	2763,0	1895,0	1812,0	2722,0
ПАТ "Рітейл Груп"	8871,1	13,7	369153,0	431465,0	471859,0	614871,0	792561,0
Дохід від інвестиційної діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Таврія-В"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Сучасний модерн"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПАТ "Базис"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Аргон"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПАТ "Рітейл Груп"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Продовження табл. Г. 2

1	2	3	4	5	6	7	8
Інші фінансові доходи							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	10892,0	40599,0	18454,0	115997,0	244091,0	137124,0	868867,0
ТОВ "Таврія-В"	599,0	458,0	609,0	337,0	256,0	11,0	6,0
ТОВ "Сучасний модерн"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПАТ "Базис"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,0	1,0	1,0	2,0	1,0	2,0	1,0
ТОВ "Аргон"	0,0	0,0	0,0	179,0	34,0	240,0	26,0
ПАТ "Рітейл Груп"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Інші доходи							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	4914,0	661752,0	893547,0	78854,0	922463,0	439763,0	770931,0
ТОВ "Таврія-В"	0,0	8083,0	0,0	0,0	650,0	26,0	208,0
ТОВ "Сучасний модерн"	0,0	0,0	3000,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПАТ "Базис"	0,0	0,0	138,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,0	6,0	0,0	0,0	8,0	8,0	0,0
ТОВ "Аргон"	0,0	9983,0	0,0	0,0	328,0	3587,0	523,0
ПАТ "Рітейл Груп"	0,0	28,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Сукупний дохід							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	10731740,0	16951232,0	21272120,0	24030215,0	29035041,0	36263603,0	36970538,0
ТОВ "Таврія-В"	929350,0	1018237,0	1084773,0	1231235,0	1682507,0	1825445,0	1941511,0
ТОВ "Сучасний модерн"	230556,0	269600,0	218216,0	303614,0	535046,0	651191,0	492465,0
ПАТ "Базис"	147482,0	149960,0	149807,0	157155,0	165036,0	172187,0	182564,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	348725,0	371733,0	394216,0	431918,0	496690,0	676622,0	766105,0
ТОВ "Аргон"	258501,0	300350,0	396288,0	441848,0	502439,0	675584,0	885048,0
ПАТ "Рітейл Груп"	10146,8	5476,5	4820576,0	5014022,0	5584558,0	7155419,0	8123139,0

Таблиця Г.3 – Структура сукупних доходів за сукупністю підприємств вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (у %)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	98,8	93,6	93,4	98,0	94,4	96,6	94,0
ТОВ "Таврія-В"	85,3	82,9	79,8	77,0	81,6	81,2	80,6
ТОВ "Сучасний модерн"	99,7	99,7	95,2	99,9	99,9	99,9	100,0
ПАТ "Базис"	98,8	97,6	97,8	97,5	98,2	98,7	97,1
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	99,1	98,3	98,1	97,2	96,4	96,6	96,1
ТОВ "Аргон"	98,2	92,4	99,5	99,3	99,6	99,2	99,6
ПАТ "Рітейл Груп"	12,6	99,2	92,3	91,4	91,6	91,4	90,2
Інші операційні доходи							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	1,0	2,3	2,3	1,2	1,6	1,8	1,6
ТОВ "Таврія-В"	14,7	16,3	20,2	23,0	18,4	18,8	19,4
ТОВ "Сучасний модерн"	0,3	0,3	3,4	0,1	0,1	0,1	0,0
ПАТ "Базис"	1,2	2,4	2,1	2,5	1,8	1,3	2,9
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,9	1,7	1,9	2,8	3,6	3,4	3,9
ТОВ "Аргон"	1,8	4,2	0,5	0,6	0,4	0,3	0,3
ПАТ "Рітейл Груп"	87,4	0,3	7,7	8,6	8,4	8,6	9,8
Дохід від інвестиційної діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	0	0	0	0	0	0	0
ТОВ "Таврія-В"	0	0	0	0	0	0	0
ТОВ "Сучасний модерн"	0	0	0	0	0	0	0
ПАТ "Базис"	0	0	0	0	0	0	0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0	0	0	0	0	0	0
ТОВ "Аргон"	0	0	0	0	0	0	0
ПАТ "Рітейл Груп"	0	0	0	0	0	0	0

Продовження табл. Г.3

1	2	3	4	5	6	7	8
Інші фінансові доходи							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	0,1	0,2	0,1	0,5	0,8	0,4	2,4
ТОВ "Таврія-В"	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Сучасний модерн"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПАТ "Базис"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Аргон"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПАТ "Рітейл Груп"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Інші доходи							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	0,05	3,90	4,20	0,33	3,18	1,21	2,09
ТОВ "Таврія-В"	0,00	0,79	0,00	0,00	0,04	0,00	0,01
ТОВ "Сучасний модерн"	0,00	0,00	1,37	0,00	0,00	0,00	0,00
ПАТ "Базис"	0,00	0,00	0,09	0,00	0,00	0,00	0,00
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ТОВ "Аргон"	0,00	3,32	0,00	0,00	0,07	0,53	0,06
ПАТ "Рітейл Груп"	0,00	0,52	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Сукупний дохід							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ТОВ "Таврія-В"	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ТОВ "Сучасний модерн"	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ПАТ "Базис"	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ТОВ "Аргон"	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ПАТ "Рітейл Груп"	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Таблиця Г.4 – Сукупні витрати за підприємствами вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (тис. грн)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Собівартість							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	9085053,0	12920750,0	16052852,0	19440975,0	21960669,0	28093748,0	27935424,0
ТОВ "Таврія-В"	680820,0	715000,0	714566,0	781228,0	1146222,0	1209882,0	1339723,0
ТОВ "Сучасний модерн"	197008,0	233725,0	177846,0	246437,0	420225,0	511785,0	391595,0
ПАТ "Базис"	121594,0	120438,0	117863,0	124918,0	129974,0	135145,0	144846,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	305931,0	324414,0	342243,0	372677,0	427912,0	592564,0	665296,0
ТОВ "Аргон"	213871,0	231584,0	331111,0	365982,0	405325,0	538776,0	697456,0
ПАТ "Рітейл Груп"	823,4	4347,4	3820633,0	3946454,0	4453644,0	4834397,0	5471477,0
Адміністративні витрати							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	172915,0	178508,0	189621,0	183733,0	231956,0	667897,0	748781,0
ТОВ "Таврія-В"	30881,0	24014,0	34363,0	43196,0	48627,0	46734,0	52991,0
ТОВ "Сучасний модерн"	3178,0	3821,0	3583,0	5562,0	10632,0	10494,0	8804,0
ПАТ "Базис"	2069,0	2263,0	2154,0	2816,0	2693,0	3186,0	4035,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	15141,0	15183,0	15705,0	17122,0	18726,0	19455,0	20472,0
ТОВ "Аргон"	4618,0	5664,0	5317,0	8165,0	13940,0	17979,0	26642,0
ПАТ "Рітейл Груп"	265,4	2745,0	206108,0	254963,0	247981,0	1572712,0	1576505,0
Витрати на збут							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	1163136,0	2192331,0	3320166,0	3759848,0	4224297,0	6183267,0	6547372,0
ТОВ "Таврія-В"	119985,0	163678,0	202248,0	204191,0	166117,0	225076,0	220530,0
ТОВ "Сучасний модерн"	15200,0	15155,0	13660,0	25367,0	52991,0	59184,0	48329,0
ПАТ "Базис"	17418,0	22014,0	24295,0	23587,0	27085,0	29756,0	28016,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	16215,0	20498,0	23524,0	26896,0	33396,0	42483,0	54984,0
ТОВ "Аргон"	29704,0	35113,0	52726,0	61033,0	73292,0	103109,0	149002,0
ПАТ "Рітейл Груп"	42,6	0,0	467250,0	594907,0	672462,0	642560,0	748260,0

Продовження табл. Г.4

1	2	3	4	5	6	7	8
Інші операційні витрати							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	27838,0	278833,0	363235,0	81851,0	291369,0	361514,0	249464,0
ТОВ "Таврія-В"	6521,0	17788,0	6973,0	43959,0	140193,0	135027,0	96663,0
ТОВ "Сучасний модерн"	1300,0	2530,0	6823,0	5063,0	2217,0	1695,0	3156,0
ПАТ "Базис"	1162,0	810,0	3142,0	1847,0	571,0	616,0	1763,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	1451,0	1235,0	1539,0	1812,0	26053,0	1338,0	2492,0
ТОВ "Аргон"	4683,0	12942,0	2247,0	3124,0	2804,0	2982,0	5231,0
ПАТ "Рітейл Груп"	723,6	42,6	42969,0	50278,0	71484,0	104585,0	115234,0
Втрати від участі в капіталі							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Таврія-В"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Сучасний модерн"	0,0	0,0	0,0	6,0	0,0	0,0	0,0
ПАТ "Базис"	0,0	35,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Аргон"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПАТ "Рітейл Груп"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Фінансові витрати							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	274984,0	714926,0	455193,0	464268,0	594927,0	701014,0	759598,0
ТОВ "Таврія-В"	82929,0	87072,0	120633,0	134741,0	153169,0	166320,0	149800,0
ТОВ "Сучасний модерн"	1442,0	1360,0	1230,0	1900,0	18150,0	14514,0	9436,0
ПАТ "Базис"	919,0	1170,0	2145,0	2657,0	3186,0	2743,0	1970,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	8579,0	9249,0	10180,0	11619,0	12999,0	17509,0	18080,0
ТОВ "Аргон"	1910,0	2419,0	4021,0	4034,0	3815,0	4444,0	7981,0
ПАТ "Рітейл Груп"	208,1	0,0	116973,0	129259,0	650770,0	861382,0	389272,0

Продовження табл. Г.4

1	2	3	4	5	6	7	8
Інші витрати							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	5745,0	665705,0	890849,0	99083,0	2137908,0	1661779,0	1110509,0
ТОВ "Таврія-В"	0,0	7375,0	0,0	0,0	600,0	0,0	0,0
ТОВ "Сучасний модерн"	248,0	283,0	3184,0	1987,0	58,0	1914,0	50,0
ПАТ "Базис"	0,0	6,0	7,0	1,0	11,0	19,0	2,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	98,0	51,0	84,0	82,0	134,0	212,0	93,0
ТОВ "Аргон"	210,0	10135,0	62,0	0,0	4229,0	7766,0	1702,0
ПАТ "Рітейл Груп"	8902,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Сукупні витрати							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	10729671,0	16951053,0	21271916,0	24029758,0	29441126,0	37669219,0	37351148,0
ТОВ "Таврія-В"	921136,0	1014927,0	1078783,0	1207315,0	1654928,0	1783039,0	1859707,0
ТОВ "Сучасний модерн"	218376,0	256874,0	206326,0	286322,0	504273,0	599586,0	461370,0
ПАТ "Базис"	143162,0	146736,0	149606,0	155826,0	163520,0	171465,0	180632,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	347415,0	370630,0	393275,0	430208,0	519220,0	673561,0	761417,0
ТОВ "Аргон"	254996,0	297857,0	395484,0	442338,0	503405,0	675056,0	888014,0
ПАТ "Рітейл Груп"	10965,1	7135,0	4653933,0	4975861,0	6096341,0	8015636,0	8300748,0

Таблиця Г.5 – Структура сукупних витрат за підприємствами вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (у %)

Підприємство	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Собівартість							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	84,7	76,2	75,5	80,9	74,6	74,6	74,8
ТОВ "Таврія-В"	73,9	70,4	66,2	64,7	69,3	67,9	72,0
ТОВ "Сучасний модерн"	90,2	91,0	86,2	86,1	83,3	85,4	84,9
ПАТ "Базис"	84,9	82,1	78,8	80,2	79,5	78,8	80,2
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	88,1	87,5	87,0	86,6	82,4	88,0	87,4
ТОВ "Аргон"	83,9	77,8	83,7	82,7	80,5	79,8	78,5
ПАТ "Рітейл Груп"	7,5	60,9	82,1	79,3	73,1	60,3	65,9
Адміністративні витрати							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	1,6	1,1	0,9	0,8	0,8	1,8	2,0
ТОВ "Таврія-В"	3,4	2,4	3,2	3,6	2,9	2,6	2,8
ТОВ "Сучасний модерн"	1,5	1,5	1,7	1,9	2,1	1,8	1,9
ПАТ "Базис"	1,4	1,5	1,4	1,8	1,6	1,9	2,2
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	4,4	4,1	4,0	4,0	3,6	2,9	2,7
ТОВ "Аргон"	1,8	1,9	1,3	1,8	2,8	2,7	3,0
ПАТ "Рітейл Груп"	2,4	38,5	4,4	5,1	4,1	19,6	19,0
Витрати на збут							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	10,8	12,9	15,6	15,6	14,3	16,4	17,5
ТОВ "Таврія-В"	13,0	16,1	18,7	16,9	10,0	12,6	11,9
ТОВ "Сучасний модерн"	7,0	5,9	6,6	8,9	10,5	9,9	10,5
ПАТ "Базис"	12,2	15,0	16,2	15,1	16,6	17,4	15,5
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	4,7	5,5	6,0	6,3	6,4	6,3	7,2
ТОВ "Аргон"	11,6	11,8	13,3	13,8	14,6	15,3	16,8
ПАТ "Рітейл Груп"	0,4	0,0	10,0	12,0	11,0	8,0	9,0

Продовження табл. Г.5

1	2	3	4	5	6	7	8
Інші операційні витрати							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	0,3	1,6	1,7	0,3	1,0	1,0	0,7
ТОВ "Таврія-В"	0,7	1,8	0,6	3,6	8,5	7,6	5,2
ТОВ "Сучасний модерн"	0,6	1,0	3,3	1,8	0,4	0,3	0,7
ПАТ "Базис"	0,8	0,6	2,1	1,2	0,3	0,4	1,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,4	0,3	0,4	0,4	5,0	0,2	0,3
ТОВ "Аргон"	1,8	4,3	0,6	0,7	0,6	0,4	0,6
ПАТ "Рітейл Груп"	6,6	0,6	0,9	1,0	1,2	1,3	1,4
Втрати від участі в капіталі							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
ТОВ "Таврія-В"	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
ТОВ "Сучасний модерн"	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000
ПАТ "Базис"	0,000	0,024	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
ТОВ "Аргон"	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
ПАТ "Рітейл Груп"	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Фінансові витрати							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	2,6	4,2	2,1	1,9	2,0	1,9	2,0
ТОВ "Таврія-В"	9,0	8,6	11,2	11,2	9,3	9,3	8,1
ТОВ "Сучасний модерн"	0,7	0,5	0,6	0,7	3,6	2,4	2,0
ПАТ "Базис"	0,6	0,8	1,4	1,7	1,9	1,6	1,1
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	2,5	2,5	2,6	2,7	2,5	2,6	2,4
ТОВ "Аргон"	0,7	0,8	1,0	0,9	0,8	0,7	0,9
ПАТ "Рітейл Груп"	1,9	0,0	2,5	2,6	10,7	10,7	4,7

Продовження табл. Г.5

1	2	3	4	5	6	7	8
Інші витрати							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	0,05	3,93	4,19	0,41	7,26	4,41	2,97
ТОВ "Таврія-В"	0,00	0,73	0,00	0,00	0,04	0,00	0,00
ТОВ "Сучасний модерн"	0,11	0,11	1,54	0,69	0,01	0,32	0,01
ПАТ "Базис"	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,03	0,01	0,02	0,02	0,03	0,03	0,01
ТОВ "Аргон"	0,08	3,40	0,02	0,00	0,84	1,15	0,19
ПАТ "Рітейл Груп"	81,18	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Сукупні витрати							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ТОВ "Таврія-В"	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ТОВ "Сучасний модерн"	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ПАТ "Базис"	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ТОВ "Аргон"	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ПАТ "Рітейл Груп"	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Таблиця Г.6 – Склад фінансових результатів за видами діяльності за підприємствами вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (тис. грн)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Фінансовий результат від операційної діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	266992,0	678459,0	434245,0	368957,0	1160196,0	380290,0	-150301,0
ТОВ "Таврія-В"	90544,0	89216,0	126014,0	158324,0	180442,0	208689,0	231390,0
ТОВ "Сучасний модерн"	13870,0	14369,0	13304,0	21185,0	48981,0	68033,0	40581,0
ПАТ "Базис"	5239,0	4435,0	2215,0	3987,0	4713,0	3484,0	3904,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	9987,0	10396,0	11204,0	13409,0	-9406,0	20772,0	22860,0
ТОВ "Аргон"	5625,0	5064,0	4887,0	3365,0	6716,0	8911,0	6168,0
ПАТ "Рітейл Груп"	8291,8	-1687,2	283616,0	167420,0	138987,0	1165,0	211663,0
Фінансовий результат від інвестиційної діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Таврія-В"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Сучасний модерн"	0,0	0,0	0,0	-6,0	0,0	0,0	0,0
ПАТ "Базис"	0,0	-35,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Аргон"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПАТ "Рітейл Груп"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Фінансовий результат від фінансової діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	-264092,0	-674327,0	-436739,0	-348271,0	-350836,0	-563890,0	109269,0
ТОВ "Таврія-В"	-82330,0	-86614,0	-120024,0	-134404,0	-152913,0	-166309,0	-149794,0
ТОВ "Сучасний модерн"	-1442,0	-1360,0	-1230,0	-1900,0	-18150,0	-14514,0	-9436,0
ПАТ "Базис"	-919,0	-1170,0	-2145,0	-2657,0	-3186,0	-2743,0	-1970,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	-8579,0	-9248,0	-10179,0	-11617,0	-12998,0	-17507,0	-18079,0
ТОВ "Аргон"	-1910,0	-2419,0	-4021,0	-3855,0	-3781,0	-4204,0	-7955,0
ПАТ "Рітейл Груп"	-208,1	0,0	-116973,0	-129259,0	-650770,0	-861382,0	-389272,0

Продовження табл. Г.6

1	2	3	4	5	6	7	8
Фінансовий результат від іншої діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	-831,0	-3953,0	2698,0	-20229,0	-1215445,0	-1222016,0	-339578,0
ТОВ "Таврія-В"	0,0	708,0	0,0	0,0	50,0	26,0	208,0
ТОВ "Сучасний модерн"	-248,0	-283,0	-184,0	-1987,0	-58,0	-1914,0	-50,0
ПАТ "Базис"	0,0	-6,0	131,0	-1,0	-11,0	-19,0	-2,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	-98,0	-45,0	-84,0	-82,0	-126,0	-204,0	-93,0
ТОВ "Аргон"	-210,0	-152,0	-62,0	0,0	-3901,0	-4179,0	-1179,0
ПАТ "Рітейл Груп"	-8902,0	28,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Фінансовий результат до оподаткування							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	2069,0	179,0	204,0	457,0	-406085,0	-1405616,0	-380610,0
ТОВ "Таврія-В"	8214,0	3310,0	5990,0	23920,0	27579,0	42406,0	81804,0
ТОВ "Сучасний модерн"	12180,0	12726,0	11890,0	17292,0	30773,0	51605,0	31095,0
ПАТ "Базис"	4320,0	3224,0	201,0	1329,0	1516,0	722,0	1932,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	1310,0	1103,0	941,0	1710,0	-22530,0	3061,0	4688,0
ТОВ "Аргон"	3505,0	2493,0	804,0	-490,0	-966,0	528,0	-2966,0
ПАТ "Рітейл Груп"	-818,3	-1658,5	166643,0	38161,0	-511783,0	-860217,0	-177609,0

Таблиця Г.7 – Структура фінансового результату за видами діяльності за підприємствами
вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (у %)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Фінансовий результат від операційної діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	12904,4	379027,4	212865,2	80734,6	-285,7	-27,1	39,5
ТОВ "Таврія-В"	1102,3	2695,3	2103,7	661,9	654,3	492,1	282,9
ТОВ "Сучасний модерн"	113,9	112,9	111,9	122,5	159,2	131,8	130,5
ПАТ "Базис"	121,3	137,6	1102,0	300,0	310,9	482,5	202,1
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	762,4	942,5	1190,6	784,2	41,7	678,6	487,6
ТОВ "Аргон"	160,5	203,1	607,8	-686,7	-695,2	1687,7	-208,0
ПАТ "Рітейл Груп"	-1013,3	101,7	170,2	438,7	-27,2	-0,1	-119,2
Фінансовий результат від інвестиційної діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ТОВ "Таврія-В"	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ТОВ "Сучасний модерн"	0,00	0,00	0,00	-0,03	0,00	0,00	0,00
ПАТ "Базис"	0,00	-1,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ТОВ "Аргон"	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ПАТ "Рітейл Груп"	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Фінансовий результат від фінансової діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	-12764,2	-376719,0	-214087,7	-76208,1	86,4	40,1	-28,7
ТОВ "Таврія-В"	-1002,3	-2616,7	-2003,7	-561,9	-554,5	-392,2	-183,1
ТОВ "Сучасний модерн"	-11,8	-10,7	-10,3	-11,0	-59,0	-28,1	-30,3
ПАТ "Базис"	-21,3	-36,3	-1067,2	-199,9	-210,2	-379,9	-102,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	-654,9	-838,4	-1081,7	-679,4	57,7	-571,9	-385,6
ТОВ "Аргон"	-54,5	-97,0	-500,1	786,7	391,4	-796,2	268,2
ПАТ "Рітейл Груп"	25,4	0,0	-70,2	-338,7	127,2	100,1	219,2

Продовження табл. Г.7

1	2	3	4	5	6	7	8
Фінансовий результат від іншої діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	-40,2	-2208,4	1322,5	-4426,5	299,3	86,9	89,2
ТОВ "Таврія-В"	0,0	21,4	0,0	0,0	0,2	0,1	0,3
ТОВ "Сучасний модерн"	-2,0	-2,2	-1,5	-11,5	-0,2	-3,7	-0,2
ПАТ "Базис"	0,0	-0,2	65,2	-0,1	-0,7	-2,6	-0,1
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	-7,5	-4,1	-8,9	-4,8	0,6	-6,7	-2,0
ТОВ "Аргон"	-6,0	-6,1	-7,7	0,0	403,8	-791,5	39,8
ПАТ "Рітейл Груп"	1087,9	-1,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Фінансовий результат до оподаткування							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ТОВ "Таврія-В"	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ТОВ "Сучасний модерн"	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ПАТ "Базис"	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ТОВ "Аргон"	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ПАТ "Рітейл Груп"	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

ДОДАТОК Д

Вихідна інформація та результати оцінювання величини фінансових результатів підприємств торгівлі за видами

Таблиця Д.1 – Фінансові результати від реалізації за підприємствами роздрібною торгівлі
вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (тис грн.)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	183865,0	571338,0	297667,0	168933,0	991684,0	77665,0	-492609,0
ТОВ "Таврія-В"	-39271,0	-58874,0	-85702,0	-80707,0	11680,0	1427,0	-47891,0
ТОВ "Сучасний модерн"	14545,0	16046,0	12748,0	25809,0	50925,0	69204,0	43535,0
ПАТ "Базис"	4592,0	1629,0	2257,0	1938,0	2242,0	1945,0	292,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	8159,0	5462,0	5364,0	3003,0	-1056,0	-620,0	-4691,0
ТОВ "Аргон"	5698,0	5245,0	5197,0	3726,0	7625,0	10081,0	8677,0
ПАТ "Рітейл Груп"	144,3	-1658,3	-42568,0	-213767,0	-261388,0	-509121,0	-465664,0

Таблиця Д.2 – Фінансові результати від іншої операційної діяльності за підприємствами роздрібною торгівлі
вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (тис грн.)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	83127,0	107121,0	136578,0	200024,0	168512,0	302625,0	342308,0
ТОВ "Таврія-В"	129815,0	148090,0	211716,0	239031,0	168762,0	207262,0	279281,0
ТОВ "Сучасний модерн"	-675,0	-1677,0	556,0	-4624,0	-1944,0	-1171,0	-2954,0
ПАТ "Базис"	647,0	2806,0	-42,0	2049,0	2471,0	1539,0	3612,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	1828,0	4934,0	5840,0	10406,0	-8350,0	21392,0	27551,0
ТОВ "Аргон"	-73,0	-181,0	-310,0	-361,0	-909,0	-1170,0	-2509,0
ПАТ "Рітейл Груп"	8147,5	-28,9	326184,0	381187,0	400375,0	510286,0	677327,0

Таблиця Д.3 – Фінансові результати від операційної діяльності за підприємствами вибіркової сукупності
за 2010–2016 рр. (тис грн.)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	266992,0	678459,0	434245,0	368957,0	1160196,0	380290,0	-150301,0
ТОВ "Таврія-В"	90544,0	89216,0	126014,0	158324,0	180442,0	208689,0	231390,0
ТОВ "Сучасний модерн"	13870,0	14369,0	13304,0	21185,0	48981,0	68033,0	40581,0
ПАТ "Базис"	5239,0	4435,0	2215,0	3987,0	4713,0	3484,0	3904,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	9987,0	10396,0	11204,0	13409,0	-9406,0	20772,0	22860,0
ТОВ "Аргон"	5625,0	5064,0	4887,0	3365,0	6716,0	8911,0	6168,0
ПАТ "Рітейл Груп"	8291,8	-1687,2	283616,0	167420,0	138987,0	1165,0	211663,0

Таблиця Д.4 – Темп змін сукупних доходів і витрат від операційної діяльності за підприємствами сукупності
за 2010–2016 рр. (у % до попереднього року)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Сукупні доходи від операційної діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	100,0	151,6	125,3	117,1	116,9	128,1	99,0
ТОВ "Таврія-В"	100,0	108,7	107,4	113,5	136,6	108,6	106,3
ТОВ "Сучасний модерн"	100,0	116,9	79,8	141,1	176,2	121,7	75,6
ПАТ "Базис"	100,0	101,7	99,8	105,0	105,0	104,3	106,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	100,0	106,6	106,0	109,6	115,0	136,2	113,2
ТОВ "Аргон"	100,0	112,3	136,5	111,5	113,7	133,8	131,7
ПАТ "Рітейл Груп"	100,0	53,7	88486,7	104,0	111,4	128,1	113,5
Сукупні витрати від операційної діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	100,0	149,0	128,0	117,8	113,8	132,2	100,5
ТОВ "Таврія-В"	100,0	109,8	104,1	111,9	140,0	107,7	105,8
ТОВ "Сучасний модерн"	100,0	117,8	79,1	139,9	172,1	120,0	77,5
ПАТ "Базис"	100,0	102,3	101,3	103,9	104,7	105,2	105,9
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	100,0	106,7	106,0	109,3	120,9	129,6	113,3
ТОВ "Аргон"	100,0	112,8	137,2	112,0	113,0	133,8	132,5
ПАТ "Рітейл Груп"	100,0	384,6	63587,4	106,8	112,4	131,4	110,6

Таблиця Д.5 – Структура фінансового результату від операційної діяльності за підприємствами торгівлі
вибіркової сукупності за 2010–2016 рр.

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Частка фінансових результатів від реалізації, %							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	68,9	84,2	68,5	45,8	85,5	20,4	327,7
ТОВ "Таврія-В"	-43,4	-66,0	-68,0	-51,0	6,5	0,7	-20,7
ТОВ "Сучасний модерн"	104,9	111,7	95,8	121,8	104,0	101,7	107,3
ПАТ "Базис"	87,7	36,7	101,9	48,6	47,6	55,8	7,5
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	81,7	52,5	47,9	22,4	11,2	-3,0	-20,5
ТОВ "Аргон"	101,3	103,6	106,3	110,7	113,5	113,1	140,7
ПАТ "Рітейл Груп"	1,7	98,3	-15,0	-127,7	-188,1	-43701,4	-220,0
Частка фінансових результатів від іншої операційної діяльності, %							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	31,1	15,8	31,5	54,2	14,5	79,6	-227,7
ТОВ "Таврія-В"	143,4	166,0	168,0	151,0	93,5	99,3	120,7
ТОВ "Сучасний модерн"	-4,9	-11,7	4,2	-21,8	-4,0	-1,7	-7,3
ПАТ "Базис"	12,3	63,3	-1,9	51,4	52,4	44,2	92,5
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	18,3	47,5	52,1	77,6	88,8	103,0	120,5
ТОВ "Аргон"	-1,3	-3,6	-6,3	-10,7	-13,5	-13,1	-40,7
ПАТ "Рітейл Груп"	98,3	1,7	115,0	227,7	288,1	43801,4	320,0

Таблиця Д.6 – Фінансові результати від інших видів діяльності за підприємствами торгівлі вибіркової сукупності
за 2010–2016 рр. (тис. грн)

Підприємство	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Фінансові результати від інвестиційної діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Таврія-В"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Сучасний модерн"	0,0	0,0	0,0	-6,0	0,0	0,0	0,0
ПАТ "Базис"	0,0	-35,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ТОВ "Аргон"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ПАТ "Рітейл Груп"	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Фінансові результати від фінансової діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	-264092,0	-674327,0	-436739,0	-348271,0	-350836,0	-563890,0	109269,0
ТОВ "Таврія-В"	-82330,0	-86614,0	-120024,0	-134404,0	-152913,0	-166309,0	-149794,0
ТОВ "Сучасний модерн"	-1442,0	-1360,0	-1230,0	-1900,0	-18150,0	-14514,0	-9436,0
ПАТ "Базис"	-919,0	-1170,0	-2145,0	-2657,0	-3186,0	-2743,0	-1970,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	-8579,0	-9248,0	-10179,0	-11617,0	-12998,0	-17507,0	-18079,0
ТОВ "Аргон"	-1910,0	-2419,0	-4021,0	-3855,0	-3781,0	-4204,0	-7955,0
ПАТ "Рітейл Груп"	-208,1	0,0	-116973,0	-129259,0	-650770,0	-861382,0	-389272,0
Фінансові результати від іншої діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	-831,0	-3953,0	2698,0	-20229,0	-1215445,0	-1222016,0	-339578,0
ТОВ "Таврія-В"	0,0	708,0	0,0	0,0	50,0	26,0	208,0
ТОВ "Сучасний модерн"	-248,0	-283,0	-184,0	-1987,0	-58,0	-1914,0	-50,0
ПАТ "Базис"	0,0	-6,0	131,0	-1,0	-11,0	-19,0	-2,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	-98,0	-45,0	-84,0	-82,0	-126,0	-204,0	-93,0
ТОВ "Аргон"	-210,0	-152,0	-62,0	0,0	-3901,0	-4179,0	-1179,0
ПАТ "Рітейл Груп"	-8902,0	28,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Продовження табл. Д.6

1	2	3	4	5	6	7	8
Фінансові результати від інших видів діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	-264923,0	-678280,0	-434041,0	-368500,0	-1566281,0	-1785906,0	-230309,0
ТОВ "Таврія-В"	-82330,0	-85906,0	-120024,0	-134404,0	-152863,0	-166283,0	-149586,0
ТОВ "Сучасний модерн"	-1690,0	-1643,0	-1414,0	-3893,0	-18208,0	-16428,0	-9486,0
ПАТ "Базис"	-919,0	-1211,0	-2014,0	-2658,0	-3197,0	-2762,0	-1972,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	-8677,0	-9293,0	-10263,0	-11699,0	-13124,0	-17711,0	-18172,0
ТОВ "Аргон"	-2120,0	-2571,0	-4083,0	-3855,0	-7682,0	-8383,0	-9134,0
ПАТ "Рітейл Груп"	-9110,1	28,7	-116973,0	-129259,0	-650770,0	-861382,0	-389272,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	-8579,0	-9248,0	-10179,0	-11617,0	-12998,0	-17507,0	-18079,0
ТОВ "Аргон"	-1910,0	-2419,0	-4021,0	-3855,0	-3781,0	-4204,0	-7955,0
ПАТ "Рітейл Груп"	-208,1	0,0	-116973,0	-129259,0	-650770,0	-861382,0	-389272,0

Таблиця Д.7 – Фінансові результати до оподаткування
за підприємствами роздрібною торгівлі вибіркової сукупності за 2010–2016 рр. (тис. грн)

Підприємство	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	2069,0	179,0	204,0	457,0	-406085,0	-1405616,0	-380610,0
ТОВ "Таврія-В"	8214,0	3310,0	5990,0	23920,0	27579,0	42406,0	81804,0
ТОВ "Сучасний модерн"	12180,0	12726,0	11890,0	17292,0	30773,0	51605,0	31095,0
ПАТ "Базис"	4320,0	3224,0	201,0	1329,0	1516,0	722,0	1932,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	1310,0	1103,0	941,0	1710,0	-22530,0	3061,0	4688,0
ТОВ "Аргон"	3505,0	2493,0	804,0	-490,0	-966,0	528,0	-2966,0
ПАТ "Рітейл Груп"	-818,3	-1658,5	166643,0	38161,0	-511783,0	-860217,0	-177609,0
ПАТ "Рітейл Груп"	-818,3	-1658,5	166643,0	38161,0	-511783,0	-860217,0	-177609,0

Таблиця Д.8 – Чистий прибуток за підприємствами роздрібної торгівлі вибіркової сукупності
за 2010–2016 рр. (тис. грн)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	1130,0	172,0	204,0	209,0	-406230,0	-1405909,0	-383557,0
ТОВ "Таврія-В"	7999,0	3310,0	5990,0	23920,0	26228,0	38256,0	67079,0
ТОВ "Сучасний модерн"	9199,0	9815,0	9393,0	14011,0	25234,0	42316,0	25498,0
ПАТ "Базис"	3003,0	2361,0	201,0	348,0	1201,0	688,0	1701,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	31,0	500,0	371,0	521,0	-22530,0	3061,0	4692,0
ТОВ "Аргон"	2172,0	1807,0	462,0	-761,0	-1249,0	433,0	-2966,0
ПАТ "Рітейл Груп"	29,4	1203,6	19814,0	30807,0	-512926,0	-861506,0	-177642,0

Таблиця Д.9 – Динаміка сукупних доходів та витрат за підприємствами торгівлі вибіркової сукупності
за 2010–2016 рр. (у % до попереднього року)

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Темп змін сукупних доходів, %							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	100,00	157,95	125,49	112,97	120,83	124,90	101,95
ТОВ "Таврія-В"	100,00	109,56	106,53	113,50	136,65	108,50	106,36
ТОВ "Сучасний модерн"	100,00	116,93	80,94	139,13	176,23	121,71	75,63
ПАТ "Базис"	100,00	101,68	99,90	104,90	105,01	104,33	106,03
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	100,00	106,60	106,05	109,56	115,00	136,23	113,22
ТОВ "Аргон"	100,00	116,19	131,94	111,50	113,71	134,46	131,00
ПАТ "Рітейл Груп"	100,00	53,97	88022,93	104,01	111,38	128,13	113,52
Темп змін сукупних витрат, %							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	100,00	157,98	125,49	112,96	122,52	127,95	99,16
ТОВ "Таврія-В"	100,00	110,18	106,29	111,91	137,08	107,74	104,30
ТОВ "Сучасний модерн"	100,00	117,63	80,32	138,77	176,12	118,90	76,95
ПАТ "Базис"	100,00	102,50	101,96	104,16	104,94	104,86	105,35
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	100,00	106,68	106,11	109,39	120,69	129,73	113,04
ТОВ "Аргон"	100,00	116,81	132,78	111,85	113,81	134,10	131,55
ПАТ "Рітейл Груп"	100,00	65,07	65226,81	106,92	122,52	131,48	103,56

ДОДАТОК Ж

Вихідна інформація та результат оцінювання якості фінансових результатів підприємств торгівлі

Таблиця Ж.1 – Результат оцінювання якості фінансових результатів за підприємствами вибіркової сукупності
за 2010–2016 рр.

Підприємство	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Фінансові результати від основної діяльності							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	183865,0	571338,0	297667,0	168933,0	991684,0	77665,0	-492609,0
ТОВ "Таврія-В"	-39271,0	-58874,0	-85702,0	-80707,0	11680,0	1427,0	-47891,0
ТОВ "Сучасний модерн"	14545,0	16046,0	12748,0	25809,0	50925,0	69204,0	43535,0
ПАТ "Базис"	4592,0	1629,0	2257,0	1938,0	2242,0	1945,0	292,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	8159,0	5462,0	5364,0	3003,0	-1056,0	-620,0	-4691,0
ТОВ "Аргон"	5698,0	5245,0	5197,0	3726,0	7625,0	10081,0	8677,0
ПАТ "РітейлГруп"	144,3	-1658,3	-42568,0	-213767,0	-261388,0	-509121,0	-465664,0
Фінансові результати до оподаткування							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	2069,0	179,0	204,0	457,0	-406085,0	-1405616,0	-380610,0
ТОВ "Таврія-В"	8214,0	3310,0	5990,0	23920,0	27579,0	42406,0	81804,0
ТОВ "Сучасний модерн"	12180,0	12726,0	11890,0	17292,0	30773,0	51605,0	31095,0
ПАТ "Базис"	4320,0	3224,0	201,0	1329,0	1516,0	722,0	1932,0
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	1310,0	1103,0	941,0	1710,0	-22530,0	3061,0	4688,0
ТОВ "Аргон"	3505,0	2493,0	804,0	-490,0	-966,0	528,0	-2966,0
ПАТ "РітейлГруп"	-818,3	-1658,5	166643,0	38161,0	-511783,0	-860217,0	-177609,0
Коефіцієнт якості фінансового результату							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	88,87	3191,83	1459,15	369,66	-2,44	-0,06	-1,29
ТОВ "Таврія-В"	-4,78	-17,79	-14,31	-3,37	0,42	0,03	-0,59
ТОВ "Сучасний модерн"	1,19	1,26	1,07	1,49	1,65	1,34	1,40

Продовження табл. Ж.1

1	2	3	4	5	6	7	8
ПАТ "Базис"	1,06	0,51	11,23	1,46	1,48	2,69	0,15
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	6,23	4,95	5,70	1,76	-0,05	-0,20	-1,00
ТОВ "Аргон"	1,63	2,10	6,46	-7,60	-7,89	19,09	-2,93
ПАТ "Рітейл Груп"	-0,18	-1,00	-0,26	-5,60	-0,51	-0,59	-2,62
Коефіцієнт якості фінансового результату							
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо-Рітейл)	Д	Д	Д	Д	Н	Н	Н
ТОВ "Таврія-В"	Н	Н	Н	Н	В	В	Н
ТОВ "Сучасний модерн"	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д
ПАТ "Базис"	Д	В	Д	Д	Д	Д	В
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	Д	Д	Д	Д	Н	Н	Н
ТОВ "Аргон"	Д	Д	Д	Н	Н	Д	Н
ПАТ "Рітейл Груп"	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н

Позначки: Н – неприйнятна якість фінансових результатів (1 б); В – висока якість фінансових результатів (3 б); Д – допустима якість фінансових результатів (2 б)

Таблиця Ж.2 – Бальна оцінка якості фінансових результатів за підприємствами вибіркової сукупності за 2010–2016 рр.

Підприємство	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ТОВ "Фоззі-Фуд" (Сільпо Рітейл)	2	2	2	2	1	1	1
ТОВ "Таврія-В"	1	1	1	1	3	3	1
ТОВ "Сучасний модерн"	2	2	2	2	2	2	2
ПАТ "Базис"	2	3	2	2	2	2	3
ПрАТ "Фірма "Бакалія" (РМ "Економ")	2	2	2	2	1	1	1
ТОВ "Аргон"	2	2	2	1	1	2	1
ПАТ "Рітейл Груп"	1	1	1	1	1	1	1

2. Форма впровадження: удосконалено методичне забезпечення лекцій, практичних і семінарських занять, самостійної та індивідуальної роботи студентів, а також розширено інформаційну базу для наукових робіт студентів.

3. Новизна результатів науково-дослідних робіт:запропоновано реальні стратегічні орієнтири зростання вітчизняної галузі роздрібної торгівлі за результатами аналізу тенденцій розвитку світового, європейського та українського ринку роздрібної торгівлі; обґрунтовано систему показників-індикаторів за послідовністю формування та використання фінансових результатів у торговельному підприємстві – суб'єкті ЗЕД; обґрунтовано науково-методичний підхід до визначення порогових значень показників базового моніторингу фінансових результатів торговельного підприємства – суб'єкта ЗЕД; обґрунтовано науково-методичний підхід визначення цільових значень чистого фінансового результату торговельного підприємства; обґрунтовано науково-методичний підхід до визначення показників для проблемного моніторингу фінансових результатів торговельного підприємства – суб'єкта ЗЕД.

піонерське, принципово нове, якісно нове, модифікації, модернізація старих розробок

3. Перелік курсів та дисциплін, в рамках яких викладені результати НДР:«Зовнішньоекономічна діяльність підприємства», «Управління міжнародними інвестиційними проектами», «Міжнародний менеджмент», «Міжнародна торгівля».

4. Соціальний і науково-економічний ефектвпроваджено результати науково-дослідної роботи в навчальний процес університету, а саме: доповнено робочі програми, тексти лекцій та інше методичне забезпечення дисциплін «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства», «Управління міжнародними інвестиційними проектами», «Міжнародний менеджмент», «Міжнародна торгівля».

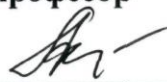
Науковий керівник НДР
к.е.н., професор



Т.В. Андросова

« 30 » листопада 2014 р.

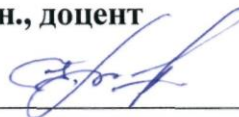
Голова експертної ради
за напрямком НДР «Економіка і зовнішньоекономічна діяльність»,
к.е.н., професор



Т.В. Андросова

« 30 » листопада 2014 р.

Відповідальний за впровадження
к.е.н., доцент



О.В. Кот

« 30 » листопада 2014 р.

ДОДАТОК ДО АКТУ ВПРОВАДЖЕННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ ЗА ТЕМОЮ «МОНІТОРИНГ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ У ПІДПРИЄМСТВАХ – СУБ'ЄКТАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (ЗЕД)»

Робоча програма з дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства»

Тема 8. Форми виходу підприємств на зовнішні ринки

1. Передмови і мотивація виходу підприємств на зовнішні ринки.

Пошук та вибір партнера. Класифікація і характеристика форм виходу на зовнішні ринки. Критерії вибору форм виходу підприємств на зовнішні ринки. Прямий і непрямий експорт. Спільне підприємництво та пряме іноземне інвестування як форми виходу підприємств на зовнішні ринки. Умови функціонування підприємств на зовнішніх ринках. Визначення і аналіз умов ринку. Дослідження потенційних можливостей фірм при виході на зовнішні ринки. Способи встановлення контактів з потенційними партнерами.

Основні заходи щодо вибору іноземного партнера. Джерела інформації для проведення фінансового аналізу закордонних фірм. Етапи визначення фінансової стабільності іноземного партнера. Показники фінансової стабільності фірми. Показники-індикатори за послідовністю формування та використання фінансових результатів підприємства – суб'єкта ЗЕД (доповнено за результатами дослідження).

Тема 16. Економічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства

1. Економічний аналіз у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Аналіз виконання зобов'язань з експортно-імпортних операцій. Аналіз динаміки ЗЕД. Аналіз раціональності використання коштів у зовнішній торгівлі: оборотність оборотних коштів у зовнішньоторговельних операціях, аналіз обороту коштів у товарах, аналіз обороту коштів у розрахунках, аналіз накладних витрат при експорті та імпорті товарів.

Методологічні підходи до визначення ефективності ЗЕД. Система показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Оцінка економічної ефективності. Оцінка валютної ефективності експорту та імпорту. Вплив зовнішньоекономічної діяльності підприємства на його фінансові результати. Показники фінансових результатів діяльності підприємств за урахування інтересів зацікавлених сторін (доповнено за результатами дослідження).

Робоча програма з дисципліни «Управління міжнародними інвестиційними проектами»

Тема 6. Оцінка вартості капіталу інвестиційного проекту

1. Підходи і моделі визначення вартості капіталу.

Моделі визначення вартості власного капіталу. Модель прогнозованого росту дивідендів. Цінова модель капітальних активів. Модель оцінки якості фінансових результатів підприємств (доповнено за результатами дослідження).

Модель визначення вартості привілейованих акцій. Модель прибутку на акцію. Модель премії за ризик. Моделі визначення вартості позикового капіталу. Вартість нового залученого капіталу. Ефективна вартість позикових засобів. Зважена середня вартість капіталу.

Робоча програма з дисципліни «Міжнародний менеджмент»

Тема 8. Контроль і звітність міжнародних корпорацій

3. Фінансовий і управлінський звіти як відображення поточного стану менеджменту підприємства.

Управлінські звіти (доповнено за результатами дослідження) визначення порогових значень показників базового моніторингу фінансових результатів підприємства; визначення цільових значень чистого фінансового результату підприємства; визначення показників для проблемного моніторингу фінансових результатів підприємства. Фінансова звітність. Фінансова звітність згідно з міжнародними стандартами бухгалтерського обліку. Показники фінансової звітності. Звіт. Структура рубрик балансового звіту. Звіт про прибутки та збитки. Звіт про зміни в акціонерному капіталі. Звіт про рух грошових коштів.

Робоча програма з дисципліни «Міжнародна торгівля»

Тема 1. Торгівля в системі міжнародного бізнесу

1. Міжнародна торгівля в умовах глобалізації економічних процесів.

Теоретичні концепції розвитку міжнародної торгівлі. Етапи розвитку міжнародної торгівлі та критерії їх виділення. Показники, що використовуються в аналізі розвитку міжнародної торгівлі. Показників динаміки розвитку міжнародної торгівлі. Показники ефективності зовнішньоторговельної операції. Показники, що використовуються для глобальних оцінок розвитку міжнародної торгівлі. Показники, на основі яких здійснюється аналіз розвитку зовнішньої торгівлі країни. Реальні стратегічні орієнтири зростання вітчизняної галузі роздрібно торгівлі за результатами аналізу тенденцій розвитку світового, європейського та українського ринку роздрібно торгівлі (доповнено за результатами дослідження).

Міністерство освіти і науки України
Харківський державний університет харчування та торгівлі

ПОГОДЖЕНО
Ректор ХДУХТ
підпис  О.І. Черевко
П.І.Б.
«29» листопада 2017 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Керівник підприємства
підпис  Рані Шуфані
П.І.Б.
«29» листопада 2017 р.

А К Т
ВПРОВАДЖЕННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ

Замовник ТОВ «Фабрика Варіант»
(найменування організації)
Рані Шуфані
(П.І.Б. керівника організації)

Цим актом підтверджується, що результати роботи, яку виконано на тему:
«Моніторинг фінансових результатів у підприємствах – суб'єктах зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД)», №02-16-17Б державної реєстрації №0115U006792

(найменування теми, № держ.реєстрації)

на кафедрі міжнародної економіки
вартістю _____
(цифрами та прописом)

яка виконувалася з 01 січня 2016 р. по 31 грудня 2017 р.
впроваджені ТОВ «Фабрика Варіант»
(найменування підприємства, де здійснювалось впровадження)

1. Вид впроваджених результатів: методичні рекомендації щодо формування системи моніторингу фінансових результатів у підприємствах – суб'єктах зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД)
(експлуатація виробу, роботи, технології;
(виробництво виробу, роботи, технології, функціонування систем)

2. Характеристика масштабу впровадження одиначне

(унікальне, одиначне, партія, масове, серійне)

3. Форма впровадження: обґрунтовано систему показників-індикаторів за послідовністю формування та використання фінансових результатів у торговельному підприємстві – суб'єкті ЗЕД; обґрунтовано науково-методичний підхід до визначення порогових значень показників базового моніторингу фінансових результатів торговельного підприємства – суб'єкта ЗЕД

4. Новизна результатів науково-дослідних робіт: якісно нові
(піонерські, принципово нові, якісно нові, модифікація, модернізація старих розробок)

5. Дослідно-промислова перевірка

(вказати номер і дату актів випробувань, найменування підприємства, період)

6. Впроваджені:

- в промислове виробництво ТОВ «Фабрика Варіант»
(участок, цех\цехи, процес)

- в проектні роботи _____
(вказати об'єкт, підприємство)

7. Річний економічний ефект (розрахунок додається)
очікуваний _____ тис.грн.
(від впровадження в проект)
фактичний _____ тис.грн.
у тому числі часткова (дольова) участь ВНЗу _____ тис.грн.
(%, цифрами і прописом)

8. Питома економічна ефективність впровадження
результатів _____ тис./грн.

9. Обсяг впровадження _____
що становить _____ від обсягу впровадження,
що покладено в основу розрахунку гарантованого економічного ефекту, який
розраховано по закінченні НДР: $E_{\text{гар.}} =$ _____ тис.грн.,
а під час поетапного впровадження: $E_{\text{гар.}}$ _____ під час укладення
договору.

10. Соціальний і науково-технічний ефект полягає у використанні
методичних підходів до формування системи показників-індикаторів та
(охорона навколишнього середовища, надр; оздоровлення та покращення умов праці, удосконалення
порогових значень показників базового моніторингу формування та
управління, науково-технічних напрямків, спеціальні призначення і т.п.)
використання фінансових результатів у підприємствах, що дозволяє
оптимізувати асортиментний портфель зростання фінансових результатів та
підвищити ефективність діяльності підприємства.

ВІД ВИКОНАВЦЯ

Завідувач кафедри
міжнародної економіки


(підпис)

О.В. Кот
П.І.Б.

Керівник теми


(підпис)

Т.В. Андросова
П.І.Б.

ВІД ЗАМОВНИКА

Начальник планового відділу



Ковальов О.О.
П.І.Б.

Головний бухгалтер


(підпис) Ясинська О.М.
П.І.Б.

Міністерство освіти і науки України

Харківський державний університет харчування та торгівлі



ПОГОДЖЕНО

Ректор КДУХТ

О.І. Черевко
П.І.Б.

«30» листопада 2017 р.



ЗАТВЕРДЖУЮ

Керівник підприємства

С.О. Оберніхін
П.І.Б.

«30» листопада 2017 р.

А К Т

ВПРОВАДЖЕННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ

Замовник ТОВ «Компанія «Гранд-Маркет»

(найменування організації)

Оберніхін Сергій Олександрович

(П.І.Б. керівника організації)

Цим актом підтверджується, що результати роботи, яку виконано на тему:
№02-16-17Б, державної реєстрації №0115U006792 «Моніторинг
фінансових результатів у підприємствах-суб'єктах зовнішньоекономічної
діяльності (ЗЕД)»

(найменування теми, № держ.реєстрації)

на кафедрі міжнародної економіки

вартістю

(цифрами та прописом)

яка виконувалася з 01 січня 2016 р. по 31 грудня 2017 р.впроваджені ТОВ «Компанія «Гранд-Маркет»

(найменування підприємства, де здійснювалось впровадження)

1. Вид впроваджених результатів: методичні рекомендації щодо
формування системи моніторингу фінансових результатів у підприємствах–
суб'єктах зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД)

(експлуатація виробу, роботи, технології;

(виробництво виробу, роботи, технології, функціонування систем)

2. Характеристика масштабу впровадження одиначне

(унікальне, одиначне, партія, масове, серійне)

3. Форма впровадження: визначення цільових значень чистого
фінансового результату торговельного підприємства; формування показників
для проблемного моніторингу фінансових результатів торговельного
підприємства – суб'єкта ЗЕД.

4. Новизна результатів науково-дослідних робіт: якісно нові

(піонерські, принципово нові, якісно нові, модифікація, модернізація старих розробок)

5. Дослідно-промислова перевірка

(вказати номер і дату актів випробувань, найменування підприємства, період)

6. Впроваджені:

- у діяльність ТОВ «Компанія «Гранд-Маркет»
(найменування організації)

- в проектні роботи _____
(вказати об'єкт, підприємство)

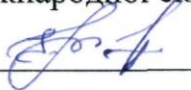
7. Річний економічний ефект (розрахунок додається)
очікуваний _____ тис.грн. _____
(від впровадження в проект)
фактичний _____ тис.грн. _____
у тому числі часткова (дольова) участь ВНЗу _____ тис.грн. _____
(%, цифрами і прописом)

8. Соціальний і науково-технічний ефект полягає у використанні методичних підходів до визначення цільових значень чистого фінансового (охорона навколишнього середовища, надр; оздоровлення та покращення умов праці, удосконалення результату, показників проблемного моніторингу фінансових результатів структури управління, науково-технічних напрямків, спеціальні призначення і т.п.) підприємства, що дозволяє коригувати систему бюджетів, збалансовувати грошові потоки, а також визначати проблеми у формуванні фінансових результатів у операційній діяльності підприємства в режимі оперативного управління.

Примітка. Цей акт впровадження завіряється гербовою печаткою з боку Замовника і з боку Виконавця.
Додаток: Довідка про соціальний ефект, підписана керівником підприємства, завірена гербовою печаткою.

ВІД ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Завідувач кафедри
міжнародної економіки

 О.В. Кот

Керівник роботи

 Т.В. Андросова

ВІД ЗАМОВНИКА

Директор ТОВ «Компанія
«Гранд-Маркет»

 С.О. Оберніхін