

Сучасні проблеми економіки та підприємництво. Випуск 10, 2012

Круш П.В.

к.е.н., професор НТУУ «КПІ»

Сарапулова О.О.

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

В даній статті розглянуті основні теоретичні засади визначення показників фінансово-господарської діяльності невиробничих підприємств, розроблені рекомендації для покращення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств, які займаються виставково-ярмарковою діяльністю.

Ключові слова: фінансово-господарська діяльність, фінансовий стан, результати фінансово-господарської діяльності, удосконалення показників фінансово-господарської діяльності, виставково-ярмаркові підприємства.

Вступ. За сучасних ринкових умов в Україні і в світі підприємства, у тому числі і ті, які займаються виставково-ярмарковою діяльністю, натрапляють на проблеми досягнення стійкого економічного стану і конкурентоспроможності підприємства, що потребує дослідження фінансово-господарської діяльності, оскільки саме на основі результатів такого дослідження розробляються і приймаються управлінські рішення, від яких безпосередньо залежить ефективність функціонування підприємства.

Проблема дослідження фінансово-господарської діяльності вивчалася багатьма українськими та зарубіжними вченими, у тому числі Савицькою Г.В., Ковальовим А.І, Приваловим В.П., Стражевим В.І., Русаком Н.А., Мнихом Є.В., Кіндрацькою Г.І., Білик М.С., Загороднім А.Г. та ін., які визначили та розробили задачі, етапи та напрямки дослідження фінансово-господарської діяльності, запропонували різноманітні методики та підходи до дослідження фінансово-господарської діяльності підприємства та підвищення її ефективності.

Дослідження фінансово-господарської діяльності підприємств необхідно здійснювати з метою об'єктивної оцінки фінансового стану та результатів їхньої фінансово-господарської діяльності і виявлення можливостей подальшого підвищення ефективності господарювання, тобто удосконалення показників фінансово-господарської діяльності, що визначає актуальність такого дослідження.

Постановка задачі. Мета дослідження – проаналізувати існуючі підходи до оцінки фінансово-господарської діяльності підприємств та шляхи підвищення її показників і розробити рекомендації для підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств виставково-

ярмаркового профілю на прикладі державного підприємства «Київський виставковий комплекс».

Результати дослідження. Під фінансово-господарською діяльністю підприємства розуміють діяльність, яка спрямована на раціональне використання наявних власних і залучених ресурсів з метою отримання доходу у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах. Підприємства здійснюють господарську діяльність з метою отримання кінцевого фінансового результату, тому і застосовується поняття фінансово-господарської діяльності. Метою здійснення фінансово-господарської діяльності в ринковій економіці є отримання прибутку, тобто позитивного фінансового результату. В сучасних ринкових умовах, якщо на кінець фінансового періоду підприємство отримало збиток, наслідком може бути фінансова скрута, зниження показників ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності, прибутковості, рентабельності, скорочення обсягів виробництва чи надання послуг і навіть поставити підприємство під загрозу банкрутства [7].

Оцінку фінансово-господарської діяльності на даний час здійснюють на основі аналізу даних фінансової звітності із застосуванням сукупності методів та прийомів фінансового аналізу. До основних узагальнюючих оцінок фінансово-господарської діяльності підприємства відносять оцінки його фінансового стану, фінансових результатів, ефективності фінансово-господарської діяльності [2,5].

Інформаційним забезпеченням фінансового аналізу в Україні є законодавчі та нормативні акти, фінансові плани суб'єкта господарювання, бізнес-плани, дані бухгалтерського обліку, форми фінансової звітності (форма №1 «Баланс», форма №2 «Звіт про фінансові результати», форма №3 «Звіт про рух грошових коштів», форма №4 «Звіт про власний капітал», форма №5 «Примітки до річної фінансової звітності» тощо), податкова звітність («декларація про прибуток підприємства»), статистична звітність, облікові реєстри, первинні документи, матеріали ревізій та аудиторських перевірок тощо [2-4].

Дослідження, які проводяться, доводять, що доцільним є використання різноманітних методів фінансового аналізу у комплексі. До основних методів фінансового аналізу відносять горизонтальний, вертикальний, порівняльний, факторний, аналіз відносних показників та трендовий [3,7].

Дослідники визначають фінансовий стан підприємства здатністю підприємства формувати і залучати кошти, повертати борги і покривати збитки. Саме цим зумовлені необхідність та практичне значення систематичного аналізу та оцінки фінансового стану підприємства. Предметом аналізу фінансового стану підприємства є його фінансові ресурси, їх формування та використання. Фінансовий стан підприємства характеризується сукупністю показників, що відображають наявність, розміщення та ефективність використання фінансових ресурсів підприємства, його реальні й потенційні фінансові можливості, тобто ступенем його

прибутковості, фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності, ділової активності [1].

Фінансові результати діяльності підприємства визначають рівень ефективності господарської діяльності підприємства. У величині фінансових результатів знаходять відображення всі аспекти господарської діяльності суб'єкта господарювання. Показниками фінансових результатів діяльності підприємства є його прибутки (позитивний фінансовий результат) і збитки (негативний фінансовий результат). Основними об'єктами аналізу фінансових результатів діяльності підприємства є прибуток у всіх його видах і його відносна модифікація – рентабельність. Метою аналізу фінансових результатів діяльності підприємства є об'єктивна оцінка та виявлення резервів подальшого підвищення ефективності управління ними [6].

Розробка рекомендацій, визначення шляхів удосконалення показників фінансово-господарської діяльності підприємства значною мірою залежить від профілю підприємства, виявлених показників фінансово-господарської діяльності (тобто результатів аналізу фінансового стану та результатів фінансово-господарської діяльності), впливу на підприємства факторів зовнішнього та внутрішнього середовища тощо. У даному дослідженні приділено увагу підприємству, яке займається виставково-ярмарковою діяльністю.

В результаті аналізу показників фінансово-господарської діяльності державного підприємства «Київський виставковий комплекс» було виявлено, що позитивними змінами в діяльності підприємства за досліджуваний період можна назвати збільшення середньорічної вартості активів, основних засобів, власного капіталу, фондоозброєності, продуктивності праці персоналу, збільшення середньої заробітної плати, рентабельності продукції. За досліджуваний період збільшився обсяг реалізованої продукції, зменшився чистий збиток, проте ці показники у попередньому році були гіршими. До негативних змін слід віднести зменшення фонду оплати праці, скорочення штату підприємства, зменшення фондівіддачі, зменшення рентабельності активів, власного капіталу.

В результаті аналізу фінансового стану підприємства було виявлено, що основні засоби нарощуються за рахунок власних коштів, інвестиції підприємства в капітал не окуповуються повною мірою. Найбільш ліквідні активи підприємства були меншими за негайні пасиви, активи, що реалізуються повільно були меншими за довгострокові пасиви, що є негативним явищем. Із позитивних явищ можна відзначити те, що активи, що швидко реалізуються були більшими за короткострокові пасиви, і активи, що важко реалізуються були більшими за постійні пасиви. Спостерігається негативна динаміка зменшення показників ліквідності, і деякі показники ліквідності є незадовільними. В цілому показники ділової активності підприємства за досліджуваний період є незадовільними, і деякі з них погіршилися. Позитивний чистий грошовий потік підприємства надходив за досліджуваний період від операційної діяльності, проте ці надходження

зменшилися. Основним джерелом формування вхідного грошового потоку є операційна діяльність. Зменшилася фінансова та інвестиційна діяльності підприємства.

Внаслідок аналізу результатів фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства було виявлено невелике збільшення доходів та витрат (собівартості реалізації послуг, адміністративних витрат, витрат на збут) за весь період та зменшення за останній рік. Загалом за весь період витрати зросли на 14,37%, а доходи лише на 11,3%, тобто темп росту витрат випереджає темп росту доходів, що є негативним показником. Чистий збиток підприємства збільшився порівняно з 2009 р. на 29,6%, підприємство є збитковим Рентабельність послуг підприємства зменшилась на 4,09%.

Для оцінки діяльності досліджуваного підприємства в табл. 1 представлені дані про фактичний доход (виручку) за видами діяльності підприємства за 2009-2011 рр.

Таблиця 1

Фактичний доход (виручка) за видами діяльності за 2009-2011 рр.

Види діяльності	2009 рік		2010 рік		2011 рік	
	Питома вага в загальному обсязі реалізації, %	Фактичний показник отримання доходу (виручки), тис. грн.	Питома вага в загальному обсязі реалізації, %	Фактичний показник отримання доходу (виручки), тис. грн.	Питома вага в загальному обсязі реалізації, %	Фактичний показник отримання доходу (виручки), тис. грн.
Виставкова діяльність	38,78	5550,8	62,93	12379,8	50,48	8444,0
Діяльність кафе	5,82	1680,0	4,59	903,6	3,68	615,3
Надання експлуатаційних послуг та послуг відповідального зберігання майна	50,41	7215,5	29,19	5741,6	40,35	6750,0
Інші види діяльності	4,99	714,3	3,29	1396,1	5,49	917,7
Разом	100	14313,0	100	19673,0	100	16727,0

Як видно з табл. 1, за досліджуваний період питома вага в загальному обсязі реалізації виставкової діяльності, що є основною діяльністю підприємства, підвищилася з 38,78% у 2009 р. до 50,48% у 2011 р., проте порівняно з 2010 р. зменшилася на 12,48%. Діяльність кафе пов'язана з кількістю і масштабом виставкових заходів, і протягом досліджуваного періоду зменшувалась як в абсолютних показниках, так і у відносних. Інші види діяльності незначно зросли за досліджуваний період. Оскільки експозиційні площі не зменшилися, а інтенсивність їх використання скоротилася, це говорить про неефективне використання наявних ресурсів підприємства. Про зменшення ефективності використання виставкових площ свідчать наступні цифри (табл. 2).

Таблиця 2

Заходи, проведені на території підприємства, та кількість учасників і відвідувачів за 2010 та 2011 рр.

Показник	2010 р.	2011 р.	Абсолютне відхилення, (+,-)	Відносна зміна показника, %
Кількість виставкових заходів	84	88	4	4,76
з них:				
- виставок та ярмарок, організатором яких виступило підприємство	13	16	3	23,08
- виставок інших організаторів	14	5	-9	-64,29
- презентаційних, ділових, корпоративних, спортивних, культурологічних заходів	57	67	10	17,54
Задіяна виставкова площа, тис. м ²	175,098	63,679	-111,42	-63,63
Кількість учасників	14828	13192	-1636	-11,03
з них:				
- вітчизняних	14420	13050	-1370	-9,5
- іноземних	408	142	-266	-65,2
Кількість відвідувачів, тис. осіб	700	160	-540	-77,14

Як видно з табл. 2, хоча порівняно з 2010 р. у 2011 р. зросла кількість виставкових заходів на 4,76% (за рахунок заходів, організатором яких виступило підприємство), кількість виставок інших організаторів зменшилася на 64,29%, задіяна виставкова площа зменшилася на 63,63%, кількість учасників на 11,03% (із них кількість іноземних учасників зменшилася аж на 65,2%), кількість відвідувачів зменшилася аж на 77,14%. Тож можна зробити висновок, що зменшилася кількість заходів, які цікавлять значну частину учасників (11,03%), особливо іноземних (65,2%) та основну частину відвідувачів (77,14%).

На даний момент виставкові заходи проходять лише 30% потенційно можливого часу проведення виставково-ярмаркових заходів, а 70% часу площі простоюють, причому було використано лише 7,22% від виставкової площі, яку потенційно можна було використати при проведенні всіх заходів.

Факторами, які спричинили зменшення доходу (виручки) підприємства загалом і від основної діяльності підприємства (виставкової діяльності), є такі:

- відсутність асигнувань з бюджету на відшкодування витрат на енергоносії, поточні ремонти;
- невиконання планових обсягів доходів по підрозділах;
- зменшення доходів від надання експлуатаційних послуг;
- зменшення доходів від надання послуг громадського харчування, в умовах економічної кризи зменшилась кількість корпоративних заходів, банкетів, фуршетів;
- зменшення доходів порівняно з планом по наданню комунальних послуг: через відсутність коштів котельня підприємства не працювала, послуги по теплу не надавались;

– збитки по утриманню виставкових павільйонів у міжвиставковий період через відсутність фінансування державних виставкових заходів, збільшення витрат на енергоносії (через відсутність обігових коштів для сплати за газ – не працює котельня, приміщення обігріваються електричними обігрівачами);

– скасування пільги з податку на землю як закладу культури;

– діючі виставкові павільйони підприємства не дозволяють задовольнити потреби учасників виставково-ярмаркових заходів через їхні низькі експлуатаційні і інженерно-технічні характеристики, які не відповідають сучасним вимогам і міжнародним стандартам, режим економії фінансових ресурсів постійно змушує підприємство відмовлятися в осінньо-зимовий період та у початковий період весни від проведення значної частини виставкових заходів або суттєво обмежувати їх обсяги та у зв'язку з цим недоотримувати доходи.

Вищевказані фактори є характерними не тільки для даного підприємства, але і у більшій чи меншій мірі всім підприємствам України, які займаються виставково-ярмарковою діяльністю, особливо фактори, які мають відношення до зовнішнього середовища, зокрема недосконалість законодавства. Тому рекомендації щодо удосконалення показників фінансово-господарської діяльності для даного підприємства носять універсальний характер і можуть бути використані для підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності виставково-ярмаркових підприємств в Україні.

На досліджуваному підприємстві було виявлено резерви підвищення доходів від діяльності підприємства шляхом підвищення кількості та масштабу виставково-ярмаркових, розважальних заходів. Також було визначено резерви в напрямі підвищення доходів від оренди та зберігання майна і збільшення об'ємів інших видів діяльності. Було розроблено наступні рекомендації для удосконалення показників фінансово-господарської діяльності виставково-ярмаркового підприємства:

– зробити акцент на виставковій діяльності підприємства, а саме: збільшити кількість виставкових заходів, які проводить підприємство, розширити тематику виставок, збільшити перелік надаваних послуг експонентам під час виставкових заходів, проводити інтенсивну рекламну кампанію для залучення уваги потенційних клієнтів (експонентів) і відвідувачів виставкових заходів;

– розробити комплекс послуг, у тому числі ексклюзивних, які будуть надаватися організаторам виставок, якісніше, дешевше, ніж у конкурентів;

– проводити конференції, семінари, круглі столи, майстер-класи з як окремо від виставкових заходів з перспективою подальшого розширення актуальних тем в окремі виставкові і виставково-ярмаркові заходи. Для пошуку потенційних учасників заходів можна провести пошук дослідницьких проектів (у тому числі міжнародних) і пропонувати учасникам провести конференції; здійснити пошук проблем в галузі за

рахунок контактів з керівництвом області або відповідним міністерством (для визначення тематики заходів) та аналізу досвіду зарубіжних країн з вирішення даних проблем та запрошень наукових кадрів з інших країн для обміну досвідом вирішення проблем (в рамках тематики заходу, що проводиться);

– заохочувати клієнтів до постійної співпраці шляхом надання знижок та спеціальних пропозицій;

– здійснювати постійний моніторинг діяльності підприємств-конкурентів, пропозиції до їхніх клієнтів з приводу проведення подібних заходів за меншу ціну з кращою якістю, оскільки потенціал підприємства дозволяє це зробити;

– здійснити пошук нових напрямків діяльності підприємства, які можна включити до господарського портфелю і реалізувати задля покращення становища підприємства порівняно з конкурентами і надання послуг, які ще не можуть запропонувати конкуренти;

– реалізувати ряд змін нормативно-законодавчої бази України для збільшення обсягу доходів від проведення виставкових заходів, що проводяться за рахунок державних коштів на території України і за межами.

Висновки. Метою здійснення фінансово-господарської діяльності в ринковій економіці є отримання прибутку, тобто позитивного фінансового результату. На основі результатів дослідження фінансово-господарської діяльності підприємства (фінансового стану та результатів фінансово-господарської діяльності) розробляються і приймаються управлінські рішення, від яких безпосередньо залежить ефективність функціонування підприємства. Для удосконалення показників фінансово-господарської діяльності виставково-ярмаркового підприємства було розроблено ряд рекомендацій: здійснити інвестиції в матеріально-технічну базу підприємства, провести мобілізацію власних оборотних коштів, активізувати виставково-ярмаркову діяльність підприємства шляхом збільшення кількості виставкових заходів та переліку надаваних послуг експонентам під час цих заходів, реалізувати ряд змін нормативно-законодавчої бази України.

Перелік посилань

1. Городня Т. А. Аналіз фінансового стану та вдосконалення контролю за фінансовими показниками підприємства / Т. А. Городня, С. В. Кобзева // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20.1. – С. 183–186.

2. Економіка підприємства : навч. посіб. / [П.В. Круш, В.І. Подвігіна, Б.М. Сердюк та ін.] – К. : Ельга-Н, КНТ, 2009. – 780 с.

3. Кабаченко Д. В. Використання системного підходу під час формування комплексної оцінки фінансового стану підприємства / Д. В. Кабаченко // Держава та регіони. – 2010. – № 3. – С. 56–61.

4. Куцик В. І. Суть і аналіз фінансово-економічного стану підприємства в сучасних умовах / В. І. Куцик, Н. В. Борисенко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – № 19.13. – С. 274–278.

5. Руда Р. В. Оцінка фінансового стану підприємства: сутність та необхідність / Р. В. Руда // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2010. – № 1(9). – С. 61–65.

6. Сандій І. Контроль фінансових результатів: Недосконалість інструментарію традиційного управлінського обліку / І. Сандій // Галицький економічний вісник. – 2011. – № 2(31). – С. 200–204.

7. Удосконалення методів оцінки ефективності функціонування підприємств : [монографія] / [В. Я. Нусінов., А. М. Турило, О. В. Нусінова, Н. М. Кругла]. – Кривий Ріг : Видавничий дім, 2007. – 135 с.

Круш П.В.

к.э.н., профессор НТУУ «КПИ»

Сарапулова О.О.

студентка ФММ НТУУ «КПИ»

ПУТИ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В данной статье рассмотрены теоретические основы определения показателей финансово-хозяйственной деятельности непромышленных предприятий, разработаны рекомендации для улучшения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятий, которые занимаются выставочно-ярмарочной деятельностью.

Ключевые слова: финансово-хозяйственная деятельность, финансовое состояние, результаты финансово-хозяйственной деятельности, усовершенствования показателей финансово-хозяйственной деятельности, выставочно-ярмарочные предприятия.

Krush P.V.

candidate of economic sciences, professor NTUU «KPI»

Sarapulova O.O.

student FMM NTUU «KPI»

THE WAYS OF IMPROVING INDICATORS OF FINANCIAL AND BUSINESS ACTIVITY OF EXHIBITIONAL AND NUNDINAL ENTERPRISES

In this paper, the basic theoretical principles of determination of indicators of financial and business activity of non-manufacturing enterprises are considered, recommendations for improving financial and business activity of enterprises engaged in exhibition and fair activities are created.

Keywords: financial and business activities, financial condition, results of financial and business activity, improvement of indicators of financial and business activity, exhibitional and nundinal enterprises.