

УДК 658:338

МОНІТОРИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ БЕНЧМАРКІНГУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Ю. Ю. Мороз, к.е.н., доц.

Житомирський національний агроекологічний університет

Annotation. The role of monitoring in the process of benchmarking of APK enterprises economic potential have been determined. Possibilities of popular economic information for the leadthrough of monitoring researches are examined.

Аннотация. Исследуется роль мониторинга в процессе бенчмаркинга экономического потенциала предприятий АПК. Рассматриваются возможности общедоступной экономической информации для проведения мониторинговых исследований.

Вступ. В сучасних ринкових умовах підвищення ефективності господарювання підприємств АПК можливе лише при застосуванні управлінської парадигми, що базується на конкурентних відносинах. Світовий досвід показує, що для досягнення конкурентних переваг необхідно вивчати, знати і використовувати досвід своїх конкурентів, які вже досягли успіху. Для цього потрібно застосовувати не лише традиційні методи конкурентного аналізу, а розробити нові підходи і управлінські технології. Одним з найефективніших інструментів, що дає можливість підприємству постійно нарощувати продуктивність, покращувати якість своєї роботи, бути попереду конкурентів, є бенчмаркінг.

Бенчмаркінг як традиція транспортувати досвід кращих підприємств на власні системи управління виник в Японії в кінці 50-х минулого століття, а вже в кінці 70-х років його стали використовувати в американській практиці. Він стан новою філософією бізнесу, впровадження якої в господарський процес дуже позитивно відображалось на результатах діяльності господарюючих суб'єктів. В широкому сенсі під бенчмаркінгом розуміють механізм порівняльного аналізу ефективності роботи одного підприємства з показниками інших, більш успішних підприємств.

Постановка завдання. За результатами опитувань, проведених провідними російськими школами бізнесу, було з'ясовано, що найбільш ефективним джерелом одержання цінних ідей і знань керівники російських компаній вважають не консультантів або навчальні програми шкіл бізнесу, а бесіди з колегами і знайомство з досвідом інших підприємств. Тому і не дивно, що методологія бенчмаркінгу стає дедалі популярнішою. Опора на відпрацьований і перевірений практикою досвід сприяє зниженню ризику, дозволяє підприємцям уникнути багатьох помилок, скоротити витрати, пов'язані з набуттям власного досвіду шляхом проведення експериментів. Особливо слід відзначити, що використання бенчмаркінгу дає можливість підприємству сформулювати власну команду внутрішніх консультантів, напрацювати досвід проведення організаційних змін і, таким чином, створити базу для подальшого вдосконалення організації і управління, розраховуючи на власні сили.

Щодо вітчизняної економіки, то сьогодні управлінський персонал як ніколи відчуває потребу у проведенні порівняльного аналізу методів та інструментів ведення господарювання для реагування та ефективної адаптації до змін зовнішнього середовища. Незважаючи на це більшість управлінців поняттям бенчмаркінгу не оперує, хоча, звичайно, його елементи зустрічаються в багатьох проектах із вдосконалення методів роботи підприємств.

Якщо раніше технологія бенчмаркінгу використовувалася переважно як інструмент маркетингової політики, то сьогодні дедалі частіше вона активно застосовується для оцінки економічних показників розвитку підприємства. Наприклад, за дослідженнями спеціалістів Шеффільдського університету 42 % підприємств Європи використовують фінансові показники своїх конкурентів для оцінки власного бізнесу, а 74 % підприємств вважають такий аналіз ефективним [2].

Одним з найважливіших об'єктів управління господарюючих суб'єктів, який вимагає запровадження для його вивчення бенчмаркінгової технології, є їх економічний потенціал. Бенчмаркінг економічного потенціалу повинен будуватися на безперервному відслідковуванні та оцінці системи показників, що його характеризують, використовуючи загальнодоступну інформацію суб'єктів господарювання. В умовах, коли механізм бенчмаркінгу в Україні є ще мало відпрацьованим, основним його інструментом повинен стати моніторинг.

Формування системи поглядів на бенчмаркінг як сучасний інструмент управління підприємством відбувається на основі великої кількості робіт вчених та спеціалістів різних галузях менеджменту та маркетингу. В загальнодоступному вигляді теоретичні основи бенчмаркінгу як цілісної системи були закладені в працях провідних спеціалістів по управлінню якістю Демінга Е., Кросбі Ф., Ісікави К.. Наукові риси методологія бенчмаркінга набуває в кінці 1980-х р.р. в працях засновників цього напрямку Кемпа Р., Ватсона Г., Заїрі М., Харрінгтона Х. Дж., Шотміллера Дж.

Враховуючи, що поняття бенчмаркінгу є достатньо новим у вітчизняній науці та практиці, цілісні роботи, присвячені його вивченню, відсутні. Дослідники зосереджені в основному на з'ясуванні його категоріально-сутнісних характеристик. Поза увагою лишаються важливі питання використання практичних інструментів, особливо моніторингу, у здійсненні бенчмаркінгових технологій.

Метою дослідження є визначення ролі моніторингу в процесі бенчмаркінгу економічного потенціалу підприємств АПК, вивчення можливостей використання загальнодоступної економічної інформації для здійснення моніторингових досліджень.

Результати. Процес бенчмаркінгу економічного потенціалу підприємства з використанням моніторингової технології вивчення системи показників складається з наступних процедур.

1. Визначення об'єктів, які потребують удосконалення на підприємстві та будуть підлягати моніторингу. Щодо економічного потенціалу, то такими об'єктами можуть виступати як окремі його складові (амортизація; прибуток; оплата праці персоналу; відрахування до фондів соціального страхування; податкові платежі; комерційні активи), так і загальний його стан.

2. Вибору підприємств, які доцільно порівнювати. Порівняння найкраще проводити з аналогічними підприємствами, які мають схожі з базовим підприємством виробничі потужності, асортимент продукції, обсяги виробництва, географічні ринки збуту та господарські процеси. Однак на практиці розбіжності між підприємствами досить великі і використати такий підхід складно. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є використання так званої синтетичної моделі, тобто віртуального аналога підприємства, що аналізується.

3. Вибору параметрів і показників для порівняння. Моніторинг економічного потенціалу можливо здійснювати як за абсолютними, так і за відносними показниками. Між тим, в умовах коли складно знайти принаймі два однакові підприємства за переважною більшістю економічних

показників, більше інформаційних можливостей мають відносні показники та моделі динамічного розвитку підприємства (золоте правило економіки, модель Дюпона, моделювання беззбитковості господарювання).

4. Збирання даних для моніторингу. Моніторингові дослідження як інструмент бенчмаркінгу повинні базуватися на загальнодоступній інформації. Сьогодні принцип відкритості інформації є найбільш реалізованим для емітентів цінних паперів (відкритих та закритих акціонерних товариств, підприємств-емітентів облігацій), які зобов'язані інформувати громадськість про своє господарсько-фінансове становище і результати діяльності [3; 4]. Інформаційні масиви даних, які можна використати в процесі моніторингу, розміщені на веб-сайтах: www.corporation.org.ua, www.smida.gov.ua, www.stockmarket.gov.ua, www.alt.com.ua.

Вся інформація, що оприлюднюється підприємствами-емітентами цінних паперів розподіляється на:

- особливу, яка стосується змін у розміщенні, викупі, лістингу (делістингу) цінних паперів, одержання значних сум позик, змін у складі посадових осіб та власників акцій емітента, утворення або ліквідації його філій і представництв; рішень про зменшення статутного капіталу, порушення справи про банкрутство емітента, винесення ухвали про його санацію, рішення вищого органу емітента або суду про припинення або банкрутство емітента;

- регулярну квартальну, яка містить дані про підприємство та його участь у створенні інших юридичних осіб; основні відомості про випущені акції, облігації при закритому розміщенні, похідні цінні папери; осіб, які ведуть облік прав власності на цінні папери емітента у депозитарній системі України, послугами яких користується емітент; посади корпоративного секретаря; господарську та фінансову діяльність; показники квартальної фінансової звітності; стан об'єкта нерухомості (у разі випуску цільових облігацій, виконання зобов'язань за якими забезпечене об'єктами нерухомості).

- регулярну річну, яка створює масив даних щодо загальної характеристики підприємства, основних показників його фінансово-господарської діяльності, органів управління емітента, посадових осіб та його засновників, цінних паперів емітента, зміни особи, яка веде облік прав власності на цінні папери емітента у депозитарній системі України, загальних зборів, дивідендів, результатів аудиторської перевірки, дати розміщення повного тексту річної інформації у загальнодоступній інформаційній базі.

Очевидно, що найбільш значимою для бенчмаркінгу розвитку та ефективності використання економічного потенціалу підприємств є регулярна річна інформація. Її цінність заключається в тому, що вона містить повний перелік показників фінансової звітності, які визначають всі елементи економічного потенціалу. Дані звітних форм обов'язково підтверджуються аудиторським висновком, витяг з якого в частині підтвердження думки аудитора (безумовно-позитивна, умовно-позитивна, відмова від висловлення думки, негативна думка) про відповідність (невідповідність) дійсного фінансового стану та результатів діяльності емітента річній фінансовій звітності, обов'язково також оприлюднюється [1]. Це значно підвищує впевненість у достовірності фінансових показників.

5. Розрахунку показників, що лежать в основі моніторингу, для обраних підприємств.

6. Порівняння та оцінки показників досліджуваних підприємств.

7. Розробки програм управлінських дій для впровадження кращої практики господарювання.

Для апробації результатів дослідження нами проведено моніторинг розвитку та ефективності використання економічного потенціалу ВАТ „Житомирський маслозавод” для бенчмаркінгу його показників з молокопереробними підприємствами, розміщеними в різних регіонах України (табл. 1).

Таблиця 1

**Моніторинг стану та ефективності використання економічного потенціалу
для потреб бенчмаркінгу підприємств**

Показники	ВАТ „Житомирський маслозавод” м.Житомир				ВАТ „Вімм Білл Данн Україна” м.Київ			
	роки			відхилення 2009 р. від 2007 р.	роки			відхилення 2009 р. від 2007 р.
	2007	2008	2009		2007	2008	2009	
Чистий дохід на 1 грн. середньорічної вартості, коп.:								
• активів	2,14	2,00	2,04	-0,10	2,19	2,01	1,90	-0,29
• основних засобів	2,51	2,45	2,43	-0,08	2,65	2,70	2,01	-0,64
• власного капіталу	3,16	3,14	3,06	-0,10	7,10	10,32	16,20	9,10
• оборотних активів	5,42	5,22	5,55	0,13	4,61	3,66	4,23	-0,38
• дебіторської заборгованості	12,93	11,95	11,25	-1,68	19,70	8,54	6,48	-13,22
Чистий дохід на 1 грн. витрат, коп.:								
• матеріальних	1,90	1,48	1,77	-0,13	1,65	1,87	1,44	-0,21
• з оплати праці та соціальних внесків	7,56	6,87	8,25	0,69	10,76	10,56	8,58	-2,18
• амортизаційних відрахувань	24,44	25,00	30,04	5,60	38,00	30,36	25,34	-12,66
Чистий прибуток на 1 грн., коп.:								
• фінансових ресурсів	0,12	0,12	0,15	0,03	0,03	-0,15	-0,06	-0,09
• статутного капіталу	13,67	17,70	24,43	10,76	0,07	-0,45	-0,14	-0,21
• власного капіталу	0,18	0,20	0,22	0,04	0,09	-0,75	-0,48	-0,57
• чистого доходу	0,06	0,06	0,07	0,01	0,01	-0,07	-0,03	-0,04
• операційних витрат	0,06	0,05	0,07	0,01	0,01	-0,07	-0,02	-0,03
Додана вартість на 1 грн. середньорічної вартості, коп.:								
• активів	0,55	0,55	0,51	-0,04	0,32	0,14	0,24	-0,08
• основних засобів	0,64	0,67	0,61	-0,03	0,38	0,19	0,25	-0,13
• власного капіталу	0,81	0,86	0,77	-0,04	1,03	0,71	2,05	1,02
• оборотних активів	1,39	1,43	1,40	0,01	0,67	0,25	0,54	-0,13
Додана вартість на 1 грн. результатів діяльності, коп.:								
• чистого доходу	0,26	0,27	0,25	-0,01	0,15	0,07	0,13	-0,02
• операційних витрат	0,26	0,23	0,25	-0,01	0,13	0,07	0,10	-0,03
• амортизаційних відрахувань	6,25	6,83	7,57	1,32	5,52	2,10	3,21	-2,31
• оплати праці з соціальними внесками	1,93	1,88	2,08	0,15	1,56	0,73	1,09	-0,47
• чистого прибутку	4,43	4,39	3,52	-0,91	11,80	-0,95	-4,29	-16,09
Співвідношення показників, коп.:								
• власного капіталу та зобов'язань	2,35	1,89	2,14	2,14	0,45	0,24	0,13	-0,32
• платіжних засобів і зобов'язань	1,37	1,14	1,18	1,18	1,46	1,29	0,74	-0,72
Результати діяльності в розрахунку на середню кількість працівників, тис.грн.:								
• чистого доходу	318,84	398,32	415,91	97,07	992,08	585,85	550,62	-441,46
• чистого прибутку	18,41	24,80	29,74	11,33	12,21	-42,64	-16,23	-28,44
• доданої вартості	81,54	108,82	104,78	23,24	144,08	40,53	69,67	-74,41
• основних засобів	127,03	162,46	171,45	44,42	374,51	216,62	274,55	-99,96
• фонду оплати праці	31,6	42,9	37,3	5,7	64,6	41,5	48,1	-16,5

*Розраховано за даними Державної установи "Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України" (веб-сайти: www.smida.gov.ua, www.stockmarket.gov.ua) та діючими моделями показників [5].

Зокрема, показники табл. 1 дозволяють виявити рівень стану і розвитку господарської діяльності підприємств та свідчать про ефективність використання їх економічного потенціалу. Результати дослідження факторів, що забезпечили досягнення у використанні економічного потенціалу ВАТ «Вімм Білль Данн Україна» можуть бути адаптовані в господарську діяльність ВАТ «Житомирський маслозавод». Бенчмаркінг за даними моніторингу свідчить, що власникам ВАТ «Житомирський маслозавод» необхідно звернути увагу на поліпшення управління ефективністю використання власного капіталу, формуванням фонду оплати праці, продуктивністю праці персоналу за чистим доходом, фондоозброєністю працівників та доходами, які спрямовуються на оплату праці робочої сили.

Варто визнати, що використання моніторингу як інструменту бенчмаркінгу економічного потенціалу підприємства ускладнюється через наявність проблем при формуванні загальнодоступної інформації. Насамперед, це несвоечасність розміщення інформації емітентами цінних паперів та її відсутність за сільськогосподарськими підприємствами.

Якість інформації, що оприлюднюється, досить часто є низькою через незнання підприємствами вимог щодо розкриття інформації або небажання її розкривати з різних обставин. При цьому власники підприємств і їх облікові служби не завжди розуміють переваги, які вони можуть отримати завдяки розкриттю інформації та надання її інвесторам.

Висновки. Впровадження моніторингу в технологію бенчмаркінгу економічного потенціалу підприємств АПК значно сприятиме підвищенню якості управлінських рішень. Як його основну інформаційну базу доцільно використовувати показники оприлюдненої фінансової звітності.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розробку механізму адаптації досвіду підприємств, які є лідерами в сфері формування та ефективності використання економічного потенціалу в господарську практику підприємств – об'єктів бенчмаркінгу.

Список використаної літератури

1. Лист щодо рекомендацій з обсягу розкриття емітентами інформації про аудиторський висновок, який оприлюднюється в офіційному друкованому виданні та розміщується в загальнодоступній інформаційній базі даних Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку про ринок цінних паперів в складі регулярної річної інформації [Електронний ресурс] : Рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 14.08.2009 р. № 969. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Нетесова А. Бенчмаркинг финансовых показателей [Електронний ресурс] // Финансовый директор. - 2005. - №5. – Режим доступу : <http://www.a-rsb.ru>
3. Положення про розкриття інформації емітентами цінних паперів [Електронний ресурс] : Рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 19.12.2006 р. №1591. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>
4. Про порядок інформування громадськості акціонерними товариствами та емітентами облігацій [Електронний ресурс] : Рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 03.06.2003р. № 221. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>
5. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз: підручник / Ю. С. Цал-Цалко. – Вид. 2-ге, доповнене. – Житомир: ЖОО ГО «Спілка економістів України», 2009. – 504 с.