

Д.е.н., професор Плаксієнко В.Я., к.е.н., доцент Єгорова О.В.,
Полтавський державний аграрний університет

ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ДІАГНОСТИКУ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОГО СТАНУ

Економічна діагностика, як складова загальносистемного економічного аналізу, дозволяє оцінити фінансовий стан підприємства на підставі типових ознак та визначити відхилення фактичних показників від оптимальних внаслідок різних аспектів господарської діяльності [1].

Ефективність підприємства та його фінансовий стан тісно пов'язані з аналізом життєвого циклу діяльності. Під останнім розуміють сукупність процесів і стадій, які проходить підприємство від зародження до припинення виробництва й ліквідації. Впродовж життєвого циклу підприємство зароджується (створюється), розвивається (здійснює основну та інші види діяльності, завойовує частку ринку) і, зрештою, вмирає (повністю витісняється успішнішими підприємствами-конкурентами).

Життєвий цикл також можна розглядати на рівні окремих видів товарів, робіт, послуг. При цьому об'єктом планування та аналізу є оновлення асортименту продукції, замінанеконкурентоспроможного товару чи послуги новими. Найважливішими показниками, що характеризують цикл товару чи послуги є: обсяги продажу, сума витрат (собівартості) та прибутку, одержаного від реалізації, кількість споживачів та конкурентів. Зміна цих показників дозволяє виявити основні стадії життєвого циклу товару:

1) розробка товару – значні витрати, дані щодо споживачів, обсяги продажу, прибутку відсутні, інформація щодо конкурентів неповна;

2) виведення товару на ринок – значні витрати, обсяги продажу невеликі, прибуток мінімальний, конкурентів та споживачів небагато, останніх можна віднести до новаторів;

3) зростання – назва стадії відповідає динаміці показників-індикаторів: збільшується кількість споживачів, відповідно, зростають витрати на виробництво продукції (при цьому рівень собівартості одиниці продукції

середній) та прибуток, проте більшає і конкурентів;

4) зрілість – характеризується уповільненням росту обсягів продажу, проте прибуток на цій стадії максимальний завдяки низькій собівартості продукції та великої кількості покупців навіть попри високу конкуренцію;

5) спад – незважаючи на низьку собівартість одиниці продукції та меншу конкуренцію, споживачами залишається незначна кількість покупців-консерваторів, відповідно зменшуються обсяги продажів і прибуток.

Найпоширенішим у науковій літературі є підхід до класифікації стадій життєвого циклу підприємства за аналогією з життєвими циклами людини, що отримали назву «дитинства», «отроцтва», «зрілості» й «старіння». Цілі управління життєвим циклом повинні орієнтуватися на скорочення стадій «дитинства» та «юності», забезпечення максимально можливої тривалості стадії «зрілості», різкого й швидкого «старіння». Основною метою управління життєвим циклом є подовження тривалості найприбутковішої стадії – «зрілості» та скорочення стадії «спаду», тобто своєчасне припинення цієї діяльності задля збереження раніше накопичених ресурсів.

Життєвий цикл підприємства, орієнтованого на випуск одного виду продукції, прирівнюється до життєвого циклу цієї продукції. Тому своєчасна переорієнтація на стадії «зрілості» на випуск нової продукції подовжує життєвий цикл підприємства. З метою виявлення сигналів про виникнення явищ кризового стану підприємства потрібен моніторинг показників його фінансової та ділової активності. Аналіз фінансових показників дає змогу кількісно оцінити явища, що виникають. Однак, ті самі показники можуть мати різне значення й тенденцію на різних етапах життєвого циклу як конкурентної переваги підприємства, так і його існування загалом. Саме тому аналіз показників конкурентної переваги підприємства на різних етапах життєвого циклу дозволить виявити тенденцію розвитку кризових явищ на основі кількісних і якісних оцінок.

Проблеми, які виникають перед новоствореними підприємствами схожі до «хвороб росту», а у підприємств, що вже довгий час функціонують, з'являються «організаційні патології». Відповідно до цього, слід концентрувати увагу на тих проблемах, що найбільш значущі для стадії життєвого циклу на якому

знаходиться їх підприємство. На різних етапах життєвого циклу конкурентних переваг підприємства особливої уваги заслуговують різні показники ділової та економічної активності (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Фінансові показники, що потребують особливої уваги на різних етапах життєвого циклу підприємства (ЖЦКПП) [2]

Стадії життєвого циклу	Показники				
	ліквідності	фінансової стійкості	оборотності	рентабельності капіталу	рентабельності продажу
Зародження (розробка товару)	+	+			
Виведення товару на ринок	+	+			
Прискорення зростання			+		
Гальмування зростання			+		+
Зрілість			+	+	+
Спад	+			+	+

Так, етапи розробки товару та заходження на ринок важливо забезпечити високоліквідними активами, наявністю власного капіталу та достатнім рівнем фінансової стійкості підприємства. На стадії зростання на перше місце виходять показники оборотності, зокрема, обсяги продажу, та рентабельність. Ці ж показники є основними на стадії зрілості. Також за показниками рентабельності можна охарактеризувати спад, що супроводжується зниженням ліквідності.

Дослідження показників ділової та фінансової активності підприємства нададуть змогу швидко відреагувати на ознаки кризового стану, створити умови для виявлення тенденції погіршення фінансового стану на підприємстві чи визначити шляхи подолання негативних фінансових параметрів діяльності.

Список використаних джерел:

1. Економічна діагностика: підручник /В.Л. Дикань, І.В. Токмакова, В.О.Овчиннікова та ін. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 284 с.
2. Кривов'язюк І.В. Економічна діагностика. 2-ге вид. [текст]: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 456 с.