

ГРАНИЧНИЙ АНАЛІЗ В УПРАВЛІННІ ВИТРАТАМИ БАГАТОНОМЕНКЛАТУРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

© Бойко А.Л., 2007

На підставі огляду базових методів управління витратами розглянуто проблеми удосконалення системи управління витратами підприємства для підвищення його конкурентоспроможності. Для досягнення цієї мети обґрунтовано доцільність використання граничного аналізу на вітчизняних підприємствах. Також розглянута можливість застосування функціонально-вартісного аналізу для оптимізації розподілу накладних витрат підприємства, що випускає широкий асортиментний ряд продукції. Визначено перешкоди на шляху впровадження граничного та функціонально-вартісного аналізу на підприємстві.

In the article the problem of improvement of management system of enterprise's expenses with the aim of raising of its ability for competitions has been considered in the article. The possibility of using the functional and value analysis for optimization of enterprise's expenses division has been considered also. Some obstacles in the way of inculcation of functional and value analysis on enterprise have been defined in the article.

Постановка проблеми. Ефективність діяльності підприємства залежить від співвідношення собівартості і ціни продукції, а також обсягу виробництва. Тому одним з напрямків покращання результатів функціонування фірми є удосконалення системи управління витратами. Прийняття оптимальних управлінських рішень щодо використання ресурсів дає змогу підприємству знизити собівартість продукції та досягти конкурентних переваг на ринку.

Проте розроблення оптимальних рішень у сфері управління витратами багато в чому залежить від системи обліку витрат та розрахунку собівартості. Проте якщо у простому виробництві проблема формування собівартості не постає, організація управління підприємства при складному виробництві пов'язана з певними проблемами. Це пояснюється тим, що від того, яка система розподілу накладних витрат застосовується на підприємстві, залежить рівень рентабельності продукції багатонаменклатурного виробництва.

Разом з тим, у ринковій економіці управління витратами як засіб досягнення високого економічного результату виробничо-господарської діяльності підприємства повинно орієнтуватися не тільки на їхнє зниження, а й спрямовуватися на зростання прибутку і забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми, пов'язані з дослідженнями щодо управління витратами підприємств, відображені у роботах відомих вітчизняних і закордонних економістів і менеджерів, зокрема, таких, як О. Абрамов, Д. Атаманов, В. Бджола, І. Бланк, С. Голова, К. Друрі, Р. Купер, В. Орлов, В. Савчук, М. Слуцкін, І. Троян, Дж. Фостер, Ч. Хорнгрен, В. Шинкаренко. Разом з тим, питання вибору методів, на яких би ґрунтувалося управління витратами багатонаменклатурного підприємства, ще залишаються відкритими.

В економічній літературі і нормативних документах часто застосовують такі поняття, як "витрати" і "затрати". Неправильне визначення цих категорій може призвести до їхнього хибного трактування та утруднить удосконалення управління ресурсами підприємства. Проблема трактування цих термінів в українськомовній літературі дещо подібна до аналогічної проблеми, що порушується в російськомовних наукових виданнях.

У [7] наголошується на те, що термін "витрати" застосовується зазвичай в економічній теорії. Вони розглядаються як сумарні витрати підприємства, які пов'язані з виконанням певних операцій,

об'єднують як явні (бухгалтерські), так і неявні (альтернативні) витрати. Під затратами в роботі [7] розуміють явні (фактичні, розрахункові) витрати підприємства. В російськомовних наукових працях з економіки також розглядаються “видатки”, під якими розуміють зменшення коштів підприємства або збільшення його боргових зобов'язань під час господарчої діяльності. Це поняття означає факт використання сировини, матеріалів, послуг. Лише в момент реалізації підприємство визнає свої доходи і пов'язану ним частину затрат – “видатки”.

За П(С)БО 16 витрати – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками) [10].

Під затратами зазвичай розуміють витрати, які виникли під час виробництва товарів і виконання послуг з метою одержання прибутків, які стосуються до цього звітного періоду і включають як прямі і накладні витрати, так і неопераційні витрати, наприклад, виплату процентів за кредитами. Затрати – це зменшення власного капіталу підприємства протягом звітного періоду в результаті діяльності цього підприємства, тобто це ресурси, які були використані або спожиті протягом цього звітного періоду.

Видатки, з погляду бухгалтерського обліку, на відміну від затрат, належать до грошових видатків або заборгованості, яка виникла в зв'язку з придбанням активів або послуг, користь від яких може відчуватися і після закінчення поточного звітного періоду. Тобто видатки – це зменшення активів або збільшення зобов'язань в зв'язку з придбанням товарів або послуг. Вони не розглядаються, якщо ідеться про аналіз діяльності підприємства за звітний період.

З наведених визначень видно, що термін “витрати” застосовують в бухгалтерському обліку, а термін “затрати” – переважно в економічній теорії. Проте в українськомовній економічній літературі поняття “витрати” і “затрат” дуже часто використовують як синоніми. Тому у цьому дослідженні будемо застосовувати термін “витрати”.

Практика організації управлінського обліку в економічно розвинутих країнах передбачає різні варіанти класифікації витрат залежно від цільової установки, напрямків обліку витрат. Споживачі внутрішньої інформації визначають такий напрямок обліку, який потрібен для забезпечення інформацією з проблеми, яка досліджується.

У зв'язку з цим певний інтерес становить класифікація витрат, запропонована К. Друрі [5]. З його погляду, в обліку накопичується інформація про три категорії витрат: витрати на матеріали, робочу силу і накладні витрати. Потім відбувається розподіл узагальнених витрат за напрямками обліку: 1) для калькулювання і оцінки собівартості продукції; 2) для планування і прийняття управлінських рішень, 3) для контролю і регулювання. Крім цього, в кожному з перерахованих вище трьох напрямках відбувається подальша деталізація витрат залежно від цілей управління [5].

У [9] автори класифікують витрати на постійні та змінні; виробничі та невиробничі; прямі та накладні; витрати номінальної потужності; дискреційні витрати; спеціальні торгові вирахування. Витрати від зміни обсягу виробництва або від рівня активності компанії є, на його думку, доволі важливими, оскільки використовуються для планування і контролю і є витратами постійними. Зростання або зниження виробництва зумовлює відповідно зростання або зниження певних витрат, а інші витрати залишаються незмінними.

Формулювання цілей статі. Метою дослідження є виконання порівняльного аналізу методів, які можуть використовуватися на підприємстві з метою оптимізації обліку матеріальних, нематеріальних, трудових ресурсів та прийняття ефективних рішень щодо управління витратами.

Для досягнення наведеної мети необхідно, насамперед, визначити поняття “витрати”.

Виклад основного матеріалу. Згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 16 “Витрати” в Україні офіційно не визначаються накладні витрати, а розглядаються тільки постійні витрати. До постійних загальновиробничих витрат в П(С)БО зараховано витрати на обслуговування і управління виробництвом, що залишаються незмінними (або майже незмінними) при зміні обсягу діяльності. Постійні загальновиробничі витрати розподіляються на кожен об'єкт витрат з використанням бази розподілу (годин праці, заробітної плати, обсягу діяльності, прямих витрат тощо)

за нормальної потужності. Нерозподілені постійні загальновиробничі витрати включаються до складу собівартості реалізованої продукції (робіт, послуг) у період їхнього виникнення [10].

Проте, з нашого погляду, при розгляді проблеми удосконалення системи управління витратами доцільніше використовувати термін “накладні” витрати, який є дещо ширшим за поняття “постійні” витрати.

Під накладними витратами будемо розуміти витрати з управління та обслуговування виробництва, а саме: витрати на утримання і експлуатацію основних засобів, на управління, організацію, обслуговування виробництва, невиробничі витрати (втрати від простоїв, псування матеріальних ресурсів тощо). Цей вид витрат не є прямим наслідком існування якого-небудь об’єкта витрат. Причиною накладних витрат є або група об’єктів, або існування підприємства загалом [1].

Існує багато методів управління витратами підприємства. Серед них можна відзначити таргет-костинг, кайзен-костинг, функціонально-вартісний аналіз, директ-костинг, граничний аналіз.

Розглянемо особливості кожного з цих методів та визначимо доцільність застосування кожного з них при управлінні витратами багатомоноклатурного підприємства.

Концепція таргет-костинг являє собою не просто технічну процедуру цільового калькулювання собівартості [12]. Її треба розглядати як цілісну концепцію управління, яка забезпечує зменшення витрат і реалізацію функцій планування виробництва нових продуктів, постійного контролю витрат і визначення цільового прибутку підприємства.

Відповідно до цієї концепції на підприємстві застосовується не витратний, а ціннісний метод ціноутворення. Менеджери визначають ціну (P), за якою можна реалізувати продукцію на ринку, і бажаний розмір прибутку (π). На підставі цих параметрів визначають максимальний розмір собівартості (AC):

$$P - \pi = AC.$$

Це рішення є ефективним інструментом контролю і зниження витрат на стадії розроблення продукту. Тобто в результаті використання на підприємстві концепції таргет-костинг при управлінні витратами та ціноутворенні приймається рішення випускати тільки ті види продукції, які забезпечують підприємству одержання прибутку.

Цей метод доцільно використовувати при управлінні витратами нового продукту. Проте якщо виробни перебувають на стадії виробництва, використання тільки цього методу (без поєднання з іншими методами управління витратами) не дасть бажаного ефекту. До того ж, ніяких проблем не виникає з використанням цього методу лише при управлінні витратами на простому виробництві. Якщо підприємство випускає декілька видів продукції, то постає питання розподілу накладних витрат. Використання в одній і тій самій ситуації різних варіантів розподілу таких витрат дасть різні значення собівартості, що не сприятиме прийняттю однозначного рішення.

Концепція кайзен-костинг означає забезпечення необхідного рівня собівартості продукту і пошук можливостей зниження витрат до деякого цільового рівня. Система кайзен-костинг – це найважливіший елемент японського управлінського обліку [11].

Кайзен (з японської) перекладається як “покращання” (від “кай” – “зміни” і “зен” – “добре”). Стосовно управління і культури бізнесу він традиційно означає безперервне удосконалення, яке уможливується завдяки активній участі всіх співробітників підприємства в тому, що вони роблять, і в тому, як вони роблять [3]. Однією із широкого спектра конкретних цілей, які вирішуються на підставі концепції кайзен, є зниження витрат на розроблення, виробництво, зберігання запасів і реалізацію продукції.

Таргет-костинг і кайзен-костинг вирішують майже ту саму задачу, але на різних стадіях життєвого циклу продукту і різними методами. Метою застосування обох концепцій є зниження рівня окремих статей витрат і собівартості кінцевого продукту загалом до певного рівня, який задовольняє підприємство. Проте таргет-костинг доцільно використовувати на початковій стадії життєвого циклу виробу, а кайзен-костинг – вже на стадії виробництва.

Разом обидві системи забезпечують підприємству досягнення конкурентних переваг на ринку (стратегія – лідерство за витратами). Тобто підприємство за умов успішного застосування цих

методів управління витратами забезпечують зниження собівартості продукції, збільшення граничного прибутку та, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності підприємства та рівня його економічної безпеки.

Проте кайзер-костинг, як і таргет-костинг, дає однозначні результати, якщо підприємство випускає один вид продукції, або якщо виробничі процеси різних видів продукції не пов'язані між собою і не виникає проблеми розподілу накладних витрат.

Одним з найчастіше згадуваних в управлінні витратами є функціонально-вартісний аналіз (ФВА). Він являє собою метод визначення вартості та інших характеристик продукції, робіт і послуг, в основі якого лежить використання функцій і ресурсів, які задіяні у виробництві, маркетингу, продажу, доставці, технічній підтримці, наданні послуг, обслуговування клієнтів, а також в забезпеченні якості продукції (робіт, послуг). ФВА є одним з найрезультативніших інструментів, які дають змогу розв'язувати в комплексі задачі забезпечення економії ресурсів, конкурентоспроможності продукції, досягнення найбільшої ефективності виробництва [2].

Метод ФВА розроблений як "операційно орієнтована" альтернатива традиційним фінансовим підходам. Порівняно з традиційними фінансовими підходами метод ФВА надає інформацію в формі, зрозумілій для персоналу підприємства, який безпосередньо бере участь в бізнес-процесі. І головна перевага ФВА полягає в тому, що він розподіляє накладні витрати відповідно до детальних розрахунків використання ресурсів, повних уявлень про процеси і функції їх складових, а також впливу на собівартість продукції. Розвитком методу ФВА став метод функціонально-вартісного управління (ФВУ), який включає управління витратами на підставі застосування точнішого віднесення витрат на процеси, процедури, функцій і продукцію [6]. Спільне використання методів ФВА і ФВУ дає змогу не тільки точно визначити витрати, але і управляти ними.

Використання методу ФВА в управлінні витратами дасть ефект тільки за умови виділення на підприємстві центрів відповідальності, зокрема, центрів витрат. Перехід на процесну організацію діяльності пов'язаний з певними труднощами, зокрема з необхідністю істотних витрат на дослідження операцій.

Відзначимо, що в роботі [6], як і в деяких інших наукових працях, ФВА розглядається як аналог назви методу Activity Based Costing (ABC). Проте, на думку інших дослідників, ці методи не можна ототожнювати. Так, наприклад, в роботі [8] автори висловлюють думку, що метод ABC – це метод фінансового аналізу, який має певну сферу використання. Метод аналізу ABC ґрунтується на розподілі сукупності потенціальних об'єктів на групи за питомою вагою того чи іншого показника. Кількість груп для аналізу ABC може бути будь-якою, але найпоширенішим є розподіл сукупності на три групи (75 : 20 : 5) за таким принципом:

група А – незначна кількість об'єктів з високим рівнем питомої ваги за вибраним показником (невелика кількість великого значення);

група В – середня кількість об'єктів з середнім рівнем питомої ваги за вибраним показником (середня кількість середнього значення);

група С – велика кількість об'єктів з незначним рівнем питомої ваги за вибраним показником (велика кількість малого значення) [8].

Що стосується ФВА, то це, на думку авторів, метод техніко-економічних досліджень, який за діапазоном охоплення питань, ефективності при правильному використанні є набагато ширшим, ніж метод ABC, у розв'язанні задач, зокрема проблем удосконалення управління витратами.

Але, яке б не було ставлення з приводу тотожності методу ФВА і ABC-методу, одна з основних проблем, яка постає при використанні кожного з них, – це проблема розподілу накладних витрат. Ця проблема ускладнюється тим, що в останні десятиріччя простежується тенденція збільшення частки накладних витрат [14], що пояснюється заміною живої праці машинною. Це приводить до збільшення частки працівників, які забезпечують технологічний процес, щодо безпосередньо зайнятих у виробничому процесі.

Крім того, необхідність спостереження за ринковими змінами і відповідного реагування на ці зміни вимагає участі все більшої кількості робітників у маркетингу, дослідженнях і конструкторсько-технологічних розробках.

Найпоширенішим сьогодні є підхід, за якого всі накладні витрати розподіляються відповідно до якогось носія витрат (бази розподілу). Таким показником можуть бути вибрані час роботи або значення заробітної плати основного виробничого персоналу, сума матеріальних або прямих витрат тощо.

Не враховується, що накладні витрати є комплексними статтями і являють собою сукупність різних за своїм економічним змістом і характером змін залежно від рівня ділової активності витрат. Проте знайти який-небудь універсальний показник, що був би єдиним носієм витрат для усіх накладних витрат, неможливо. Застосування тільки одного показника, за яким відбувався би розподіл накладних витрат, призведе до неправильного визначення собівартості окремих видів продукції [14]. Розглянемо (на умовному прикладі) залежність собівартості і рентабельності виробів від вибраного носія витрат, якщо підприємство виробляє лише два види продукції (табл. 1).

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунку собівартості і рентабельності продукції

Показники	Виріб 1	Виріб 2
Час роботи основних виробничих працівників, осіб-годин	25000	10000
Заробітна плата основних виробничих працівників, грн.	125000	60000
Кількість годин роботи обладнання, машино-годин	15000	40000
Матеріальні витрати, грн.	100000	120000
Відпускна ціна одного виробу, грн.	73	68
Обсяг реалізації, шт.	5000	4000
Середні прямі витрати (прямі витрати на один виріб), грн.	45	45

Припустимо, що сума накладних витрат підприємства становить 200000 грн. Як можливі носії витрат розглянемо такі показники:

- 1) час роботи основних виробничих працівників;
- 2) заробітна плата основних виробничих працівників;
- 3) кількість годин роботи обладнання;
- 4) розмір матеріальних витрат;
- 5) сума прямих витрат;
- 6) обсяг реалізації.

В табл. 2 наведено розраховані з використанням різних носіїв витрат показники рентабельності виробів.

Таблиця 2

Собівартість та рентабельність продажу виробів при використанні різних носіїв витрат

Носії витрат	Собівартість виробу, грн.		Рентабельність виробу, %	
	1	2	1	2
Час роботи основних виробничих працівників	73,58	59,3	-0,8	12,8
Заробітна плата основних виробничих працівників	72,27	61,2	1,0	10,0
Кількість годин роботи обладнання	55,92	81,33	23,4	-19,6
Розмір матеріальних витрат	63,22	72,28	13,4	-6,3
Сума прямих витрат	67,23	67,18	7,9	1,2
Обсяг реалізації	67,89	66,37	7,0	2,4

Дані табл. 2 наочно свідчать про те, що собівартість та рентабельність виробів істотно залежить від того, який принцип покладений в основу розподілу накладних витрат підприємства. Наприклад, внаслідок того, що виробництво першого виробу є більш трудомістким, у разі застосування як носія витрат часу роботи основних виробничих працівників його собівартість буде

вища за ціну. Тому, якщо використовувати цей метод розподілу накладних витрат, на підприємстві може бути прийнято рішення про недоцільність виробництва цього виробу.

Ще одним методом, який використовується в управлінні витратами, є метод директ-костинг (Direct Costing Method). Він являє собою метод калькулювання собівартості продукції, при якому всі витрати розподіляють на постійні та змінні, і тільки змінні витрати відносяться на собівартість продукції. Постійна частина загальновиробничих витрат належить до витрат періоду разом з витратами на збут та адміністрування.

Сутність цього методу полягає в тому, що в розрахунку планової і фактичної собівартості беруть участь тільки змінні витрати. Накладні витрати в калькуляцію не включають і періодично списують на фінансові результати, тобто враховують, визначаючи прибутки та збитки за звітний період.

На думку М.Л. Слуцкіна, назва Direct Costing Method (тобто метод прямих витрат), є помилковою. Правильнішою була б назва Marginal Costing Method – метод граничного калькулювання [13].

Проте, на нашу думку, не можна ототожнювати метод прямих витрат та метод граничного калькулювання. Швидше за все, можна вважати, що метод прямих витрат лежить в основі методу граничного аналізу. Використання останнього покликане визначити умови беззбиткової діяльності підприємства або досягнення запланованого обсягу прибутку. Граничний (маржинальний) аналіз передбачає оцінку потенційної прибутковості продукції на основі використання співвідношення цін змінних витрат на її виробництво. Відповідно до цього методу визначається “ціновий” коефіцієнт, який відображає частку маржинального доходу в розрахунку на одиницю продукції.

Розглянемо детальніше метод граничного аналізу собівартості і прибутку. Він дає змогу розв’язати такі практичні задачі:

1) планувати витрати на виробництво і собівартість продукції (робот, послуг), тобто скласти у межах бізнес-плану такі розрахунки, як кошторисний розрахунок собівартості продажів та кошторисний розрахунок прибутку від продажів;

2) оптимізувати планові показники обсягу продажів, витрат та прибутку від продажів;

3) оцінити досягнуті фірмою результати з рівня витрат та прибутку від продажів;

4) спрогнозувати ціни на нові вироби (роботи, послуги), динаміку цін на традиційні види продукції (робот, послуг);

5) визначити резерви можливого зменшення витрат фірми і собівартості продукції.

З використанням граничного аналізу можна визначити поріг рентабельності (критична точка, точка беззбитковості), запас фінансової стійкості (зона беззбиткового функціонування підприємства), ефект операційного важеля.

Цей метод має певні переваги, які полягають у відсутності необхідності розподіляти накладні витрати: управління асортиментом і ціноутворенням ведеться, у такому разі, за прямими витратами. Проте детальне вивчення поведінки накладних витрат відсутнє, тому що за такого методу управління витратами головне для менеджерів – забезпечити покриття накладних витрат і певний рівень рентабельності [13].

Разом з тим, використання граничного аналізу при управлінні витратами багатонаменклатурного підприємства може виправдати себе, якщо на підприємстві не існує оптимального варіанта розподілу накладних витрат, або коли видатки на забезпечення такого розподілу є значними.

Певним обмеженням до застосування граничного аналізу є те, що він не враховує, яка частка в загальній сукупності постійних витрат пов’язана саме з виробництвом досліджуваного виду продукції. Тому може виявитися, що випуск того виду продукції, для якого “ціновий” коефіцієнт є найвищим, буде пов’язаний із значними постійними витратами. Це може призвести до неправильного вибору рішення щодо асортименту продукції при управлінні витратами підприємства.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Незважаючи на значну кількість методів аналізу витрат суб’єкта господарювання, на багатонаменклатурному підприємстві на першому етапі доцільно використовувати граничний аналіз. Другим етапом має стати застосування функціонально-вартісного аналізу. Проте однією з умов використання ФВА повинно стати визначення однозначного механізму розподілу накладних витрат.

Тому для ефективного управління витратами багатонаменклатурного підприємства необхідно насамперед чітко визначити прямі та накладні витрати. Використання граничного аналізу дасть змогу визначити умови беззбиткової діяльності підприємства загалом та умови досягнення цільового прибутку. Проте під час аналізу доцільності виробництва того чи іншого продукту слід визначити ефективну систему розподілу накладних витрат, існування якої є необхідною умовою для застосування функціонально-вартісного аналізу. З огляду на те, що досі не існує єдиного підходу до вибору критерію розподілу витрат, ця проблема вимагає подальшого розгляду залежно від сфери діяльності і специфіки підприємства.

1. Атаманов Д.Ю. *Распределение затрат при калькуляции себестоимости традиционным и операционно-ориентированным методом* // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2003. – № 3. 2. Бджола В.Д. *Функционально-стоимостный анализ и его место в системе оптимизации финансовых потоков предприятий* // *Финансовые исследования*. – 2002. – № 2. 3. Веллингтон П. *Бизнес в стиле Кайзен* // <http://www.management.com.ua/cm>. 4. Данил Ф. *ABC на практике* // http://consulting.ru/econs_art_82906723. 5. Друри К. *Введение в управленческий и производственный учет*. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. 6. Ивлев В.А., Попова Т.В. *Что такое функционально-стоимостной анализ процессов и систем* // *TQM-XXI. Проблемы, опыт, перспективы*. Вып. 4 / Под ред. В.А. Качалова и В.Л. Рождественского. – М.: ИздАТ, 2000. – С. 169–188. 7. Керимов В.Э., Минина Е.В. *Управленческий учет и проблемы классификации затрат* // *Менеджмент в России и за рубежом*. – 2002. – № 1. 8. Кузьмина Е.А., Кузьмин А.М. *Функционально-стоимостный анализ и метод ABC* // *Методы менеджмента качества*. – 2002. – № 12. 9. Палий В.Ф., Вандер Вил Р. *Управленческий учет*. – М. ИНФРА-М, 1997. – 480 с. 10. *Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 „Витрати” від 19.01.1999* // <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws>. 11. Редченко К. *Маленькими шагами к большому успеху: кайзен-костинг* // http://www.cfin.ru/ias/kaizen_costing.shtml. 12. Редченко К. *Японский след в стратегическом управлении затратами: таргет-костинг* // <http://www.management.com.ua/finance/fin033.html>. 13. Савчук В., Троян И. *Direct Costing или полная себестоимость?* // *Финансовый директор*. – 2004. – № 6. 14. Слущкин М.Л. *Влияние способов распределения накладных расходов на принятие управленческих решений* // *Финансовый менеджмент*. – 2002. – № 4.

УДК 336.764.2

Н.Л. Іващук

Національний університет “Львівська політехніка”

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЦІНИ БАР’ЄРНИХ ОПЦІОНІВ

© Іващук Н.Л., 2007

Розглянуто сутність бар’єрних екзотичних опціонів та їхні різновиди, залежно від взаємного розташування бар’єра і ціни базового активу, а також від його типу, а саме входу чи виходу, купівлі чи продажу. Визначено фактори, які можуть мати вплив на рішення емітентів щодо формування рівня ціни бар’єрних похідних інструментів. У роботі розглядається також, як впливають визначені фактори на розмір премії, яку платить покупець різних видів цих деривативів їхньому емітенту.

In article the essence barrier exotic options and its versions is considered, depending on mutual accommodation of a barrier and the price of a base active, and also from its type, namely, an input or an output, call or put. Factors which can have influence on decisions of emitters concerning formation of the price of barrier derivative tools are determined. In work also it is considered, as these factors influence the size of the premium which the buyer of different these kinds derivatives to their emitter pays.

Постановка проблеми. Роль похідних фінансових інструментів на світовому фінансовому ринку останнім часом значно зростає. Ці інструменти стали одним із найуспішніших способів страхування