

Тернопільський національний економічний університет
Кафедра менеджменту біоресурсів і природокористування

**Міждисциплінарна
курслова робота**
на тему:

**МЕТОДИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ
ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**
на прикладі ПМП «МАК»

*Виконала ст. гр. МПКм-11
Литвин (Придивус) Л. О.
галузь знань 07 Управління та
адміністрування
Спеціальність 073 Менеджмент
Магістерська програма
Менеджмент
природокористування
Керівник: к.т.н. Вітровий А. О.
Національна шкала _____
Кількість балів _____ ESTS _____
Члени комісії _____*

Тернопіль-2017

ЗМІСТ

	с.
ВСТУП	3
1. ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В РИНКОВИХ УМОВАХ	5
1.1. Собівартість продукції, як економічна категорія	5
1.2. Суть і критерії підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах ринкової економіки	9
2. АНАЛІЗ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПМП «МАК»	15
2.1. Загальна характеристика підприємства ПМП «МАК»	15
2.2. Аналіз собівартості продукції ПМП «МАК»	16
3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПМП «МАК»	24
3.1. Підвищення прибутковості підприємства за рахунок формування політики ціноутворення	24
3.2. Нові підходи до ціноутворення у ПМП «МАК»	34
ВИСНОВКИ	37
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	38

ВСТУП

В умовах ринкової економіки отримання прибутку є безпосередньою метою виробництва. Прибуток створює певні гарантії для подальшого існування і розвитку підприємства. Любе підприємство, перед тим як почати виробництво продукції чи надання послуги, визначає, який прибуток воно може отримати.

Прибуток є початковим стимулом до створення нових чи розвитку існуючих підприємств. Можливість отримання прибутку спонукає людей шукати більш ефективні способи поєднання ресурсів, видумувати нові продукти, на які може виникнути попит, застосовувати організаційні і технічні нововведення, які можуть підвищити ефективність виробництва.

Прибуток – багатозначна економічна категорія. Від глибини її пізнання і раціональності використання залежить ефективність комерційного розрахунку, ціноутворення і інших економічних важелів господарювання. Будучи джерелом виробничого і соціального розвитку, прибуток займає провідне місце в забезпеченні самофінансування підприємства.

Прибуток є показником, який найбільш повно відтворює ефективність виробництва, об'єм і якість виробленої продукції чи послуги, стан продуктивності праці, рівень собівартості.

Категорія прибутку є предметом дослідження багатьох вчених економістів. Великий внесок в розробку теоретичних і практичних аспектів прибутку внесли такі вчені, як Ф. Найт, А. Смит, Д. Рикардо, В. В. Ковальов, И. А. Бланк, В. И. Чернов, Н. А. Яцюк, Ф. Р. Шамхалов, А. Д. Шеремет, Г. В. Савицкая, Я. В. Соколова, Л. З. Шнейдмана та ін.

Актуальність проблеми. У ринкових умовах господарювання приватні підприємства змушені здійснювати пошук тієї продукції, яка в найбільшій мірі задовольняє потреби споживачів і приносить підприємству найвищі прибутки. За таких умов підприємства можуть нарощувати власний науково-технічний потенціал, розвивати трудові ресурси і якісно та кількісно покращувати виробничий потенціал. Від правильності визначення стратегії товару і здійснення

ефективного менеджменту підприємства можуть добиватись успіху і підвищувати показники прибутковості діяльності. Тому основною метою підвищення ефективності діяльності підприємств повинно бути виробництво конкурентноздатної продукції і ефективне використання виробничих потужностей, що досягатиметься за ефективною ціновою політикою.

Об'єкт дослідження. ПМП «МАК».

Предмет дослідження. Шляхи підвищення прибутковості малого підприємства.

Мета дослідження. Здійснити пошук та обґрунтування шляхів підвищення прибутковості малого підприємства.

Задачі дослідження. Відповідно до мети курсової роботи передбачається виконання наступних завдань:

- проаналізувати основні аспекти підвищення прибутковості підприємств за рахунок ведення ефективною ціновою політикою;
- провести аналіз виробничо-господарської діяльності ПМП «МАК»;
- розробити заходи по підвищенню прибутковості ПМП «МАК».

1. ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В РИНКОВИХ УМОВАХ

1.1. Собівартість продукції, як економічна категорія

Собівартість продукції – це виражені в грошовій формі поточні витрати підприємства на її виробництво та реалізацію.

Витрати на виробництво продукції включають вартість оборотних фондів (сировину, матеріали, енергію, паливо, інструменти), частину основних фондів (машини, устаткування, будівлі, споруди), що зношуються в процесі виробництва (амортизація), частину вартості живої праці, що одержують робітники, ІТП, службовці у вигляді заробітної плати.

Витрати на реалізацію продукції включають вартість упаковки, тари, доставки продукції на пункт відвантаження, її завантаження.

Собівартість продукції є зведеним і одним із основних якісних і кількісних показників роботи підприємства. Тут знаходять своє відображення всі сторони цієї роботи: рівень техніки, технології та організації виробництва; використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Собівартість продукції показує, наскільки ефективно використовуються знаряддя праці, предмети праці і сама праця при виготовленні продукції. Зниження собівартості складає основу збільшення загальної суми прибутку.

Собівартість – база для планування ціни.

Собівартість є одним з основних показників економічної ефективності господарських і організаційно – технічних заходів. Показник собівартості використовується при розрахунку економічної ефективності впровадження нової техніки, технологічних процесів, нових матеріалів, вдосконалення організації виробництва та при обґрунтуванні доцільності концентрації і спеціалізації.

У виробничому процесі споживається різна сировина, велика кількість матеріалів, комплектуючих виробів, використовуються різні види обладнання, інструменти та приспособлення, проводиться велика кількість різноманітних

операцій. Для обліку фактичних витрат на виробництво та обґрунтування плану з собівартості продукції необхідна їх класифікація.

В залежності від мети розрахунку собівартості продукції розрізняють дві основні системи класифікації:

- за економічними елементами витрат на виробництво;
- за калькуляційними статтями витрат.

Собівартість, розрахована за економічними елементами витрат, дає можливість відобразити у вартісному вимірі загальний обсяг спожитих ресурсів для виробництва і реалізації продукції незалежно від конкретного виду продукції.

Згідно “Типового положення з планування, обліку і калькуляції собівартості продукції (робіт і послуг) у промисловості” ці витрати групуються таким чином [12]:

- 1) матеріальні витрати;
- 2) витрати на оплату праці;
- 3) відрахування на соціальні заходи;
- 4) амортизація основних фондів та нематеріальних активів;
- 5) інші витрати.

Приведена класифікація витрат є єдиною та обов’язковою для всіх галузей і підприємств, і служить основою для складання кошторису витрат на виробництво.

Групування витрат за економічними елементами зручне для аналізу господарської діяльності підприємства, організації бухгалтерського обліку тощо. Воно необхідне для встановлення загальної суми, або кошторису витрат на виробництво по підприємству, яке складається на рік з квартальною розбивкою для визначення потреби підприємства в матеріальних і грошових ресурсах тощо.

Однак класифікація за економічними елементами практично не може бути використана для розрахунку собівартості одиниці певного виду виготовленої продукції. Для цього застосовується класифікація витрат за калькуляційними статтями.

В плануванні і обліку собівартості продукції застосовується типове групування за статтями калькуляції:

1. Сировина і основні матеріали.

2. Допоміжні матеріали.
3. Основна з/п основних робітників.
4. Додаткова з/п основних робітників.
5. Нарахування на з/п основних робітників.
6. Загальновиробничі витрати.
7. Адміністративні витрати.
8. Позавиробничі витрати.

Сума статей 1-6 складають загальновиробничі витрати. Сума статей 1-8 складають повну собівартість.

Загальновиробничі витрати в свою чергу складаються з таких статей:

1. Витрати на управління виробництвом.
2. Амортизацію основних засобів загальновиробничого призначення.
3. Витрати на утримання і експлуатацію обладнання.
4. Витрати на вдосконалення технології і організації виробництва.
5. Витрати на утримання і ремонт виробничих приміщень:
 - електроенергія для освітлення;
 - вода для господарських потреб;
 - витрати на опалення;
 - поточний ремонт будівель і споруд.
6. Витрати на обслуговування виробничого процесу.
7. Витрати на охорону праці, техніку безпеки і охорону навколишнього середовища.

8. Інші витрати.

Витрати на утримання і експлуатацію обладнання в свою чергу поділяються на:

1. Амортизація обладнання, транспортних засобів, цінного інструменту.
2. Експлуатація обладнання:
 - допоміжні матеріали;
 - електроенергія для технологічних потреб;
 - вода для технологічних потреб;
 - пара для технологічних потреб;

- стиснуте повітря для технологічних потреб.

3. З/п основна і додаткова з нарахуваннями допоміжних робітників, що обслуговують обладнання.

4. Поточний ремонт:

- обладнання;
- транспортних засобів;
- цінного інструменту і пристроїв.

5. Зношення малоцінного інструменту.

6. Інші витрати.

Групування витрат за калькуляційними статтями витрат дозволяє визначити рівень собівартості і ціни окремого виробу.

По методу віднесення витрат на собівартість продукції вони поділяються на прямі та непрямі.

Прямі витрати безпосередньо зв'язані з виготовленням продукції і можуть бути прямо включені в собівартість окремих її видів на основі встановлених норм (основні матеріали, покупні вироби і напівфабрикати, сировина, паливо та енергія для технологічних цілей, з/п основних робітників).

Непрямі витрати пов'язані з роботою цеху чи підприємства в цілому і їх не можна прямо віднести на собівартість виробу (утримання і експлуатація обладнання, адміністративні витрати, позавиробничі витрати). Прямі витрати враховуються по кожному виробу окремо, а непрямі – в цілому по виробництву.

Класифікація витрат на виробництво продукції дозволяє визначити структуру собівартості.

Під структурою собівартості розуміють процентне співвідношення витрат, що входять до них, тобто питому вагу різних їх видів у повній собівартості продукції.

Структура собівартості обумовлена специфічними особливостями роботи кожного підприємства – технічною оснащеністю, ступенем автоматизації, обсягом випуску продукції, характером технологічних процесів і використаної сировини чи матеріалів.

До основних шляхів зниження собівартості відносяться: вдосконалення виробів (їх характеристик); покращення використання основних фондів і оборотних коштів; ріст продуктивності праці; вдосконалення організації виробництва.

Вибір шляхів зниження собівартості ґрунтується на класифікації резервів і знанні факторів, що забезпечують умови для зниження окремих видів затрат і собівартості в цілому.

Під резервами зниження собівартості продукції розуміють об'єктивну можливість знизити її на підприємстві. Резерви розділяють на: внутрівиробничі, галузеві і народногосподарські. Ці резерви реалізуються через фактори зниження собівартості продукції.

1.2. Суть і критерії підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах ринкової економіки

В сучасних умовах підвищення ефективності виробництва є головним стратегічним напрямом розвитку всіх галузей економіки, об'єктивною необхідністю. Екстенсивний шлях означає збільшення випуску продукції за рахунок розширення діючих і будівництва нових підприємств і виробничих об'єктів, залучення додаткової чисельності робітників. При інтенсивному розвитку це досягається шляхом підвищення продуктивності праці робітників, кращого використання капітальних вкладень, основних оборотних фондів. Інтенсифікація промислового виробництва виражає такий його розвиток, при якому забезпечується комплексне збільшення використання всіх виробничих ресурсів.

Об'єктивна необхідність інтенсифікації виробництва обумовлюється тим, що екстенсивні фактори розвитку виробництва стають все більше обмеженими.

Процес виробництва на будь-якому підприємстві здійснюється при певній взаємодії трьох визначальних його чинників: персоналу (робочої сили), засобів праці та предметів праці. Використовуючи наявні засоби виробництва, персонал

продукує суспільно корисну продукцію або робить виробничі і побутові послуги. Це означає, що з одного боку, мають місце витрати живої і уречевленої праці, а з другого – є результати виробництва. Останні залежать від масштабів застосовуваних засобів виробництва, кадрового потенціалу та рівня їх використання [9].

Ефективність виробництва являється комплексним відображенням кінцевих результатів використання засобів виробництва та робочої сили за певний період часу.

Родовою ознакою ефективності може слугувати необхідність досягнення мети виробничо-господарської діяльності підприємства з найменшими витратами суспільної праці або часу. У кінцевому випадку змістовне тлумачення ефективності (продуктивності) як економічної категорії визначається об'єктивно діючим законом економії робочого часу, що є продуктовою субстанцією багатства і мірою витрат, необхідних для його нагромадження. Саме тому, підвищення ефективності виробництва (продуктивності системи виробництва, обслуговування) можна вважати конкретною формою проявлення цього закону.

Суттєва характеристика виробництва (продуктивності системи) знаходить відображення у загальній методології й визначення математично формалізованої форми якої має вигляд:

$$\text{Ефективність (продуктивність)} = \text{Результати (виходи)} / \text{Ресурси (входи)}$$

Процес формування результатів ефективності виробництва (продуктивності системи) показано на рисунку 1.1.

Результат виробництва, як найважливіший компонент для визначення його ефективності, не слід тлумачити однозначно. Йдеться про корисний кінцевий результат. Можна розрізняти [8]:

- 1) кінцевий результат процесу виробництва;
- 2) кінцевий народногосподарський результат роботи підприємства.

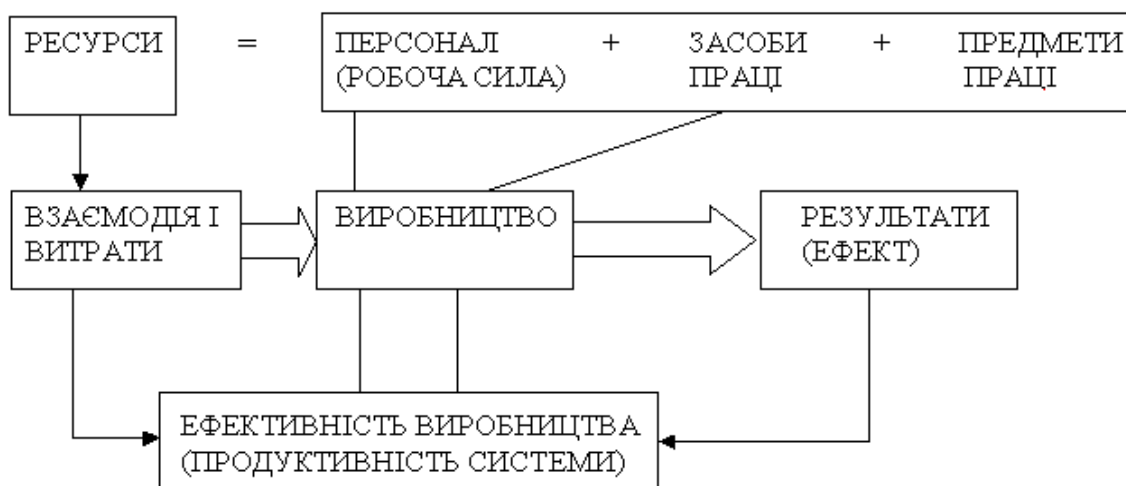


Рисунок 1.1 - Схема формування результатів і ефективності виробництва (продуктивності системи)

Перший відображає матеріалізований результат процесів виробництва, що вимірюється обсягом виробленої продукції в натуральній та вартісній формах, другий включає не лише кількість даної продукції, але й охоплює вартість її споживання.

Кінцевим результатом даного процесу виробництва, виробничо–господарської діяльності підприємства за певний відрізок часу являється чистою продукцією, тобто так звана новостворена вартість, а відповідно фінансовим результатом комерційної діяльності є прибуток.

Ефективність виробництва або продуктивність системи визначається поліморфністю застосування з метою аналітичної оцінки управлінських рішень.

Враховуючи вище сказане важливо є вирізнити за окремими ознаками відповідні види ефективності (продуктивності), кожний з яких має певне практичне значення.

Дані види ефективності виробництва розрізняють переважно за різноманітністю отримуваних результатів так званих ефектів господарської діяльності господарства. В першу чергу ефект виробництва є економічним і соціальним.

Економічний ефект відображається різними вартісними показниками, які характеризують проміжні та кінцеві результати виробництва. До даних показників відносять: обсяги товарної, чистої або реалізованої продукції, величину

одержаного прибутку, економію тих чи інших видів виробничих ресурсів або загальну економію від зниження собівартості виробництва тощо. Соціальний ефект, як правило зводиться до скорочення робочого тижня, збільшення робочих місць, підвищення рівня зайнятості, поліпшення умов праці, оточуючого середовища, безпеки життєдіяльності тощо. Соціальні наслідки від виробництва є не лише позитивними, але й можуть бути негативними (безробіття, посилення інфляції, погіршення екологічних показників).

Види ефективності виробництва мають ту особливість, що далеко не всі з них піддаються кількісному вимірюванню. У зв'язку із цим на підприємствах визначають, оцінюють і регулюють (у межах своїх можливостей) як економічну, так і соціальну ефективність виробництва (продуктивність системи).

В залежності від об'єкту, стосовно якого визначають результативність його функціонування, розрізняють локальний (госпрозрахунковий) і народногосподарський ефекти. Локальний (госпрозрахунковий) ефект означає конкретний результат виробничо-господарської чи іншої діяльності даного підприємства, внаслідок якої воно має певний зиск.

Коли виробництво продукції на підприємстві вимагає додаткових затрат ресурсів, а споживання на іншому підприємстві пов'язане з меншими затратами або іншими позитивними наслідками його діяльності, то мова йде про визначення народногосподарського ефекту у сферах виробництва відповідних виробів.

Внаслідок здійснення виробничо-господарської діяльності фірми, впровадження на ній певних прибуткових: технічних, організаційних або економічних заходів має місце первісний (одноразовий) ефект. Проте практично завжди початковий ефект може повторитися та примножитися завдяки багатовекторному та багаторазовому використанню даних заходів не лише на даній, але й на інших фірмах чи сферах діяльності.

Тому, досить важливо вміти визначити та оцінити так званий мультиплікаційний ефект, що має свої специфічні форми прояву.

Дифузійний ефект може реалізуватись у тих випадках, коли певні господарсько-управлінські рішення, нововведення технічного, організаційного, економічного чи соціального характеру поширюються на інші галузі, внаслідок чого проходить їх мультиплікація.

Резонансний ефект відбувається тоді, коли якісь нововведення у певній галузі активізують і стимулюють розвиток інших явищ у виробничій сфері.

Ефект стартового вибуху - це ланцюгова реакція у перспективі. Він можливий за умови, що певний стартовий вибух стає початком наступного лавиноподібного збільшення ефекту у тій же самій або іншій галузі виробництва чи діяльності (яскравий приклад – застосування економіко - математичних методів та моделей в управлінні, виробництві, різних галузях науки) [8].

Під час створення будь-яких матеріальних цінностей появляються супроводжувальні можливості, що мають певний ефект. Дані можливості проявляються у вигляді різкого зростання проміжних і побічних результатів. Зрештою в будь-якій діяльності є також ефект акселерації, що є позитивним наслідком не лише самого по собі конкретного результату, але й прискоренням темпів його розповсюдження та застосування. Межі між відокремленими формами мультиплікаційного ефекту досить умовні, рухомі та відносні. Діалектичний взаємозв'язок даних форм полягає в тому, що всі вони разом сумують загальний інтегральний ефект від реалізації певного виробничого рішення (впровадження прогресивних методів або форм організації виробництва, нової техніки чи технології, нових форм господарювання тощо). Коли вирішується певна великомасштабна проблема з очевидними мультиплікаційними характеристиками, то очікуваний ефект має охоплювати одночасно усі його специфічні форми. Загальна величина такого ефекту залежить від трьох головних чинників: економічної ефективності впроваджуваного господарського заходу, масштабів і швидкості їх розповсюдження в усіх галузях чи сферах діяльності.

Необхідні для певного результату (ефекту) усі затрати поділяють на поточні і одноразові. До поточних затрат відносять затрати на оплату праці робочої сили, обсяг засобів виробництва, які постійно використовуються (вартість втрачених предметів праці і сума амортизаційних відрахувань), а також деякі інші затрати, що включаються у повну собівартість продукції.

Одноразові витрати - це авансові кошти на відтворення засобів виробництва у вигляді капітальних вкладень. При цьому капітальні вкладення справляють віддачу (ефект, результат) лише через деякий час, що дорівнює тривалості

відтворювального циклу засобів праці і враховується при визначенні їх ефективності [14].

Розрахунки ефективності затрат необхідні для прийняття тих чи інших виробничих рішень. По-перше, вони потрібні для оцінки рівня використання різних видів затрат та ресурсів, здійснюваних організаційно-технічних та соціально-економічних заходів, загальної результативності виробничо-господарської діяльності фірми за певний період часу.

Також, при їх допомозі обґрунтовують та визначають оптимальні варіанти господарських рішень: застосування нової техніки, технології та організації виробництва, нарощування виробничої потужності, підвищення якості та оновлення асортименту продукції.

Тому розрізняють абсолютний (загальний) порівняльний ефекти. Кожний з них може бути економічним, соціальним, локальним, народногосподарським, первісним, мультиплікаційним [14].

Абсолютний ефект характеризується загальною або питомою (в розрахунку на одиницю затрат чи ресурсів) його величиною, яку отримує фірма від своєї діяльності на протязі певного проміжку часу. Порівняльний ефект є наслідком порівняння можливих варіантів господарювання і вибору кращого з них; його рівень відбиває економічні та соціальні переваги обраного варіанту господарського рішення (напрямку діяльності) в порівнянні з іншим можливим варіантом.

Абсолютний та порівняльний ефекти є тісно взаємопов'язаними, та доповнюють один одного. Вибір найбільш економічно обґрунтованого варіанту господарювання завжди базується на порівнянні показників абсолютного ефекту, а аналітична оцінка останнього здійснюється шляхом порівняння його запланованих, нормативних і фактично досягнутих показників, їх динаміки за даний період часу.

2 АНАЛІЗ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ПМП «МАК»

2.1 Загальна характеристика підприємства ПМП «МАК»

Основними напрямками діяльності ПМП «МАК» є:

1. Виконання ремонтно-будівельних робіт;
2. Виробництво столярних виробів з власного матеріалу.

На початковій стадії своєї діяльності мале підприємство займалося перепродажем будівельних матеріалів (в основному фарб та сумішей), а далі почало виконання будівельно-ремонтних робіт під замовлення. Проте з виходом на ринок більшої кількості фірм такої спеціалізації збут зменшився, а отже зменшився прибуток. Для того, щоб вижити за таких обставин, прийняли рішення використовувати існуючу систему управління з переорієнтацією на виробництво будівельних матеріалів. Поряд з будівельно-ремонтними роботами ПМП «МАК» починає займатися виробництвом столярних виробів з власного матеріалу та з матеріалу замовників. Згідно з цим видом діяльності фірма приймає замовлення та виробляє столярні вироби, а саме: вікна, двері, вагонку, балконні рами та інше. На сьогоднішній день ПМП «МАК» концентрує свою діяльність саме на виробництві столярних виробів. Для виробництва столярних виробів як основний матеріал використовують сосну, деколи ялину і модрина. Постачання і закупка сировини здійснюється, як правило, з гірських місцевостей Прикарпаття, а деколи і проводиться закупка пиломатеріалів в межах області та з Рівненщини.

2.2 Аналіз собівартості продукції ПМП «МАК»

Використання цього показника дає можливість оцінити не тільки конання плану за собівартістю продукції, але й дати оцінку її динаміки.

Оцінка виконання плану по собівартості продукції здійснюється згідно аналізу величини зниження витрат на 1 грн. продукції і сумі економії від зниження собівартості.

Визначається зміна витрат на 1 грн. продукції і економія від зниження собівартості по плану проти попереднього року, по звіту проти планових розрахунків фірми. З цією ціллю складаємо аналітичну таблицю 2.1.

Таблиця 2.1

Зведені показники собівартості віконних блоків

Показники	По плану об'єм продукції за 2016 р.		По звіту за 2016 р.		Фактично за попередній рік в цінах звітнього року
	по плану	по факту	в цінах плану	в діючих цінах	
Продукція в оптових цінах, грн.	152000	155348	155348	155348	146998
Собівартість, грн.	114262	116780	115818	115910	110836
Затрати на 1 грн. продукції, коп.	75,17	75,17	74,55	74,61	75,4

З таблиці 2.1 бачимо, що річним планом передбачалось зниження проти попереднього року затрат на 1 грн. продукції на 0,23 коп. (75,17 - 75,4), або на 0,31% $(0,23 / 75,4) \cdot 100\%$, що означало економію в сумі 350 грн. $(0,23 \cdot 152000)$. Фактично затрати на 1 грн. продукції знижені на 0,85 коп. $74,55 - 75,4$, або на 1,13% $(0,85 / 75,4) \cdot 100\%$, а економія від зниження собівартості склала 1320 грн. $(0,85 \cdot 155348)$.

Планове завдання по зниженню собівартості продукції перевиконано. Понадпланове зниження по затратах на 1 грн. продукції склало 0,62 коп. (74,55 - 75,17), або 0,82% $(0,62 / 75,17) \cdot 100\%$, понадпланова економія від зниження собівартості дорівнює 962 грн. (116780 - 115818).

Цю економію ПМП «МАК» досягнуто за рахунок таких міроприємств:

1. Підвищено якість тахльованих дверей шляхом використання більш якісних порід деревини. При цьому ціни на вказану продукцію залишилися на попередньому рівні;

2. Збут проводився на ринках (Західна Україна), де реалізовувалася найбільш вигідна продукція, а саме комплекти віконних блоків для стандартних квартир.

Рівень затрат на 1 грн. залежить від затрат, безпосередньо пов'язаних з виготовленням конкретного виду продукції (сировина, матеріали, паливо, енергія, обладнання), і від ряду причин, які впливають на собівартість всієї продукції (зміни структури виробництва, структури продукції, оптових цін і тарифів та ін.). Тому перш за все необхідно виявити вплив факторів, які діють в періоді, що аналізується, на виробничу діяльність фірми.

Вплив зміни тарифів і оптових цін на матеріальні цінності $C_{\text{цмгрн}}$ визначається відніманням розрахованих вище затрат на 1 грн. при фактичній собівартості в цінах плану і товарної продукції в фактично діючих оптових цінах. В періоді, що аналізується оптові ціни на продукцію не змінювалися. Собівартість в діючих цінах вища, ніж в планових, на 92 грн. Тому, вплив цін можна визначити шляхом віднімання затрат на 1 грн. продукції в цінах плану від таких же затрат в діючих цінах $C_{\text{цм}} = 74,61 - 74,55 = 0,06$ коп.

Вплив зрушень в структурі асортименту віконних блоків визначається відніманням затрат на 1 грн. по плану від затрат на 1 грн. по плану, перерахованому на фактичний об'єм і асортимент. Фактичний об'єм продукції в оптових цінах, прийнятих в плані - 155348 грн., а планова собівартість, перерахована на фактичний об'єм і асортимент продукції -74,14 коп. $(115176 / 155348)$ замість 75,17 коп. по плану (табл. 2.1). Визначаємо, що зміни в асортименті продукції знизили планову (і відповідно фактичну) собівартість в

розрахунку на 1 грн. на 1,03 коп. (75,17 - 74,14), і в розрахунку на всю продукцію на 1600 грн. (0,0103 • 115348).

Робимо висновок, що зрушення в асортименті являються резервом для зниження собівартості продукції і позитивним моментом для успішного виконання виробничої програми.

Аналіз витрат по елементах дозволяє правильно оцінити роль трудових і матеріальних ресурсів в формуванні собівартості (таблиця 2.2). Зіставлення показників структури за звітній і попередній періоди виявляють зміни трудомісткості, матеріаломісткості або енергомісткості продукції.

Таблиця 2.2

Структура витрат на виробництво віконних блоків

Елементи витрат	У відсотках (%) до загальної суми витрат на виробництво		
	за 2015 р.	за 2016 р.	
		по плану	по звіту
Сировина і основні матеріали	48,7	48,0	48,2
Допоміжні матеріали	1,8	2,0	1,9
Електроенергія	0,6	0,8	0,8
Всього матеріальних витрат	51,1	50,8	50,9
Заробітна плата	28,5	29,8	30,2
Нарахування на з/п	14,7	11,2	11,3
Амортизація основних фондів	4,6	5,1	4,9
Інші розходи	1,4	3,1	2,7
Всього затрат на виробництво	100	100	100

З даних таблиці 2.2 випливає, що доля матеріальних витрат в собівартості віконних блоків зменшується, як по планових розрахунках, так і по фактичних результатах. Частка трудових затрат (заробітна плата) зросла порівняно з 2015 р. на 1,3 % по плану і на 1,7 % по звіту. Зміни в структурі витрат відбуваються в даному випадку при зниженні затрат на одиницю продукції, при зниженні витрат на основні матеріали і сировину, при підвищенні фондівіддачі, рості продуктивності праці і відображають позитивні сторони в розвитку виробництва.

Ще важливіше значення має виявлення фактичних витрат по елементах від їх планового рівня (таблиця 2.3). Оцінка характеру відхилень (економія, перевитрата) здійснюється тільки при обчисленні планових і фактичних і розходів на один і той самий об'єм продукції. Тому планові витрати коригуються на індекс зміни об'єму продукції.

Таблиця 2.3

Кошторис витрат на виробництво віконних блоків

Елементи витрат, грн.	По плану	По плану на фактичний об'єм продукції	По звіту в діючих цінах	Відхилення економія (-) перевитрати (+)
Сировина і матеріали	54846	56055	55869	-186
Допоміжні матеріали	2285	2335	2202	-133
Електроенергія	914	934	927	-7
Всього матеріальних витрат	58045	59324	58998	-326
Зарплата	34050	34801	35004	+203
Заробітна плата				
Нарахування на з/п	12797	13079	13098	+ 19
Амортизація основних фондів	5828	5956	5680	-276
Виробнича собівартість	114262	116780	115910	-870
Невиробничі розходи	-	-	-	-
Повна собівартість	114262	1 1 6780	115910	-870
Товарна продукція в оптових цінах, прийнятих в плані	152000	155348	155348	-
Затрати на 1 грн. продукції	75,17	75,17	74,61	-0,56

Індекс об'єму виробництва віконних блоків в оптових цінах, прийнятих в плані - 1,022 ($15548 \div 152000$). Сума витрат на сировину і матеріали на звітний об'єм продукції, при планових умовах повинна була бути 56055 грн. ($54846 \cdot 1,022$), фактично вона склала 55869 грн., отже, порівняно з плановими умовами

одержана економія в сумі 186 грн. (55869 - 56055). Аналогічні розрахунки виконуються по всіх інших елементах витрат.

Економія по сировині, основним і допоміжним матеріалам пояснюється тим, що деякі деталі віконних блоків були виготовленні з більш дешевих порід деревини, а також більш економним розкромом. Перевитрата по заробітній платі виникла як наслідок інфляційних процесів, що проходять в Україні. Причини економії по амортизації основних фондів полягають в наступному: виведено з експлуатації циркулярний станок, який повністю амортизувався, а його тепер функцію виконує багатоопераційний станок.

Переходимо до аналізу собівартості за статтями витрат. Фірма, яка аналізується в даній роботі, займається деревообробним виробництвом, і тому узагальнюючим показником її ефективності використання матеріальних ресурсів служить показник матеріаломісткості. Для розрахунку і аналізу матеріаломісткості використовуємо дані калькуляції на виробництво віконних блоків (таблиця 2.4).

Таблиця 2.4

Аналіз матеріаломісткості продукції

Показник	По плану	По звіту	Абсолютне відхилення	Виконання плану (%)
Об'єм виробництва, грн.	152000	155348	+3348	102,2
Матеріальні витрати	58045	58998	+953	101,6
Матеріаломісткість на 1 грн. продукції, грн.	0,3818	0,3798	-0,002	99,5
В т.ч. сировина і основні матеріали	0,3608	0,3596	-0,0012	99,7
Допоміжні матеріали	0,015	0,0142	-0,0008	94,7
Електроенергія	0,006	0,006	-	100

З даних таблиці 2.4 можна зробити висновок про зниження матеріаломісткості на 1 грн. віконних блоків порівняно з планом на 0,002 грн. Це зниження забезпечено за рахунок економії по сировині і основним матеріалам на 0,0012 грн. та за рахунок економії по допоміжних матеріалах на 0,0008 грн. Аналіз показників матеріаломісткості дозволяє зробити додатково наступні висновки: найбільшу питому вагу в загальному показнику матеріаломісткості займають сировина, основні та допоміжні матеріали - 98,4% ($0,3438 \cdot 100/0,3798$); виробництво віконних блоків має низьку енергомісткість, питома вага на 1 грн. складає 0,006 грн.

При аналізі матеріаломісткості використовувалися вартісні показники, на які в свою чергу мали вплив ціни і питомі витрати конкретних видів матеріалів. По звітних калькуляціях собівартості одиниці продукції можна виявити як відхилення фактичних питомих витрат від планових норм і від попереднього року, так і основні фактори і принципи відхилень в матеріаломісткості виробу, які аналізуються - зміни заготівельних цін, відхилення від норм, а також заміни одного матеріалу іншим. Методика розрахунку показана в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Факторний аналіз основних матеріальних витрат на блоки

Найменування	Розхід						Факторний аналіз		
	По плану на 2016 р.			По звіту за 2016 р.			Відхилення (+/-) (гр.6-гр.3)	В тому числі	
	Кількість	Ціна, грн.	Вартість, грн.	Кількість	Ціна, грн.	Вартість, грн.		За рахунок питомого розходу (гр.4-гр.1)*гр2	За рахунок ціни (гр.5-гр.2)*р4.
Пиломатеріали хвойні, м ³	0,63	360	226,8	0,60	365	219	-7,8	-10,8	3
Шпон, м ³	0,09	9,8	0,88	0,05	10,2	0,51	-0,37	-0,39	-
Клей ПВА, кг	0,5	12,3	6,15	0,5	13	6,50	+0,35	-	+0,35
Поліефірний лак, кг	2,7	14,5	39,15	2,6	15,1	39,3	+0,15	-1,45	+0,39

За даними калькуляції матеріальні затрати на виробництво віконних блоків склали на фактичний випуск (180 шт.) по нормах і цінах плану 49140 грн. (273-180) і по фактичних цінах - 47700 грн. (265-180), тобто матеріальні затрати знизились за рахунок матеріаломісткості. Згідно цих даних матеріаломісткість 1 грн. віконних блоків складає по плану 0,076 грн. ($49140 \div 64800$), по звіту 0,074 грн. ($47700/64800$), де 64800 фактичний випуск віконних блоків. Матеріаломісткість знизилась на 0,02 грн. на кожні 1 грн. віконних блоків. Загальна матеріаломісткість віконних блоків на 1 грн. продукції знизилась за рахунок зниження матеріаломісткості віконних блоків на 0,09 грн. ($(47700 - 49140)/7155348$).

Аналіз заробітної плати включає виявлення і оцінку виконання планового співвідношення темпів росту середньої заробітної плати і продуктивності праці.

Таблиця 2.6

Аналіз темпів росту продуктивності праці і середньої зарплати

Показники	2015 р.	План 2016 р.	Факт 2016 р.	Відхилення, %	
				до плану	до факту
1. Чисельність виробничого персоналу	25	31	31	124	124
2. Фонд заробітної плати	103500	130200	133920	125,8	129,4
3. Середня заробітна плата	345	350	360	101,4	104,3
4. Обсяг товарної продукції	284250	374480	385270	131,7	135,5
5. Продуктивність праці	11370	12080	12430	106,2	109,3

Якщо заробітна плата склала по звіту минулого року 345 грн. по плану на 2016 рік - 350 грн. і фактично за 2016 - 360 грн., а продуктивність праці відповідно - 11370 грн., 12080 грн. і 12340 грн., то середня заробітна плата

виросла порівняно з минулим роком по плану на 1,4 %, по звіту на 4,3 %, а продуктивність праці відповідно на 6,2 % і 9,3 %. По цих даних приріст середньої заробітної плати на 1 % приросту продуктивності праці склав: по плану $1,4 : 6,2 = 0,226$; по звіту $4,3 : 9,3 = 0,462$.

Відсоток приросту середньої заробітної плати максимально важливий при плановому коефіцієнті приросту середньої заробітної плати і фактичному темпі росту продуктивності праці

$$0,226 - 9,3 \% = 2,1 \%$$

Рівень середньої заробітної плати при такому темпі її приросту

$$345 - 1,02 = 351,9 \text{ грн.}$$

Відхилення фактичної середньої заробітної плати від максимально можливого рівня

$$360 - 351,9 = 8,1 \text{ грн.}$$

Отже, фактична середня заробітна плата більша на 8,1 грн. від максимально допустимого рівня. На фірмі необхідно підвищити продуктивність праці до рівня планового співвідношення - 9,5 % ($9,3 \% - 1,02$), тобто на 0,2 ($9,5 - 9,3$).

3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ

ПМП «МАК»

3.1. Підвищення прибутковості підприємства за рахунок формування політики ціноутворення

Практична реалізація розробленої цінової політики підприємства здійснюється шляхом застосування відповідних методів ціноутворення. Метод ціноутворення являє собою обраний підприємством спосіб встановлення конкретного рівня ціни на продукцію. Конкретні методи ціноутворення, що застосовуються підприємством в процесі господарської діяльності, мають відповідати цілям і певним типам розробленої цінової політики.

Система методів ціноутворення, що обираються підприємством, базується на двох альтернативних підходах до встановлення рівня цін - витратному та ціннісному (рисунок 3.1).

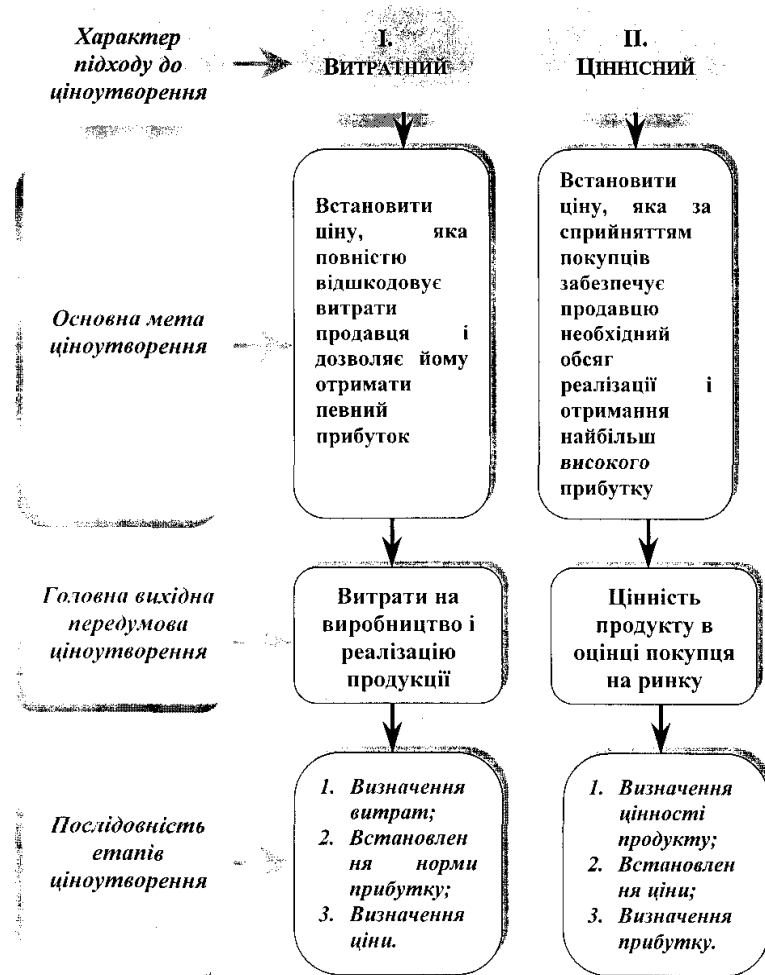


Рисунок 3.1 - Принциповий зміст альтернативних підходів до вибору методів ціноутворення на підприємстві

Витратний підхід до ціноутворення спирається на економічні інтереси продавця (виробника), які мають на меті відшкодування зазначених витрат на виробництво і реалізацію продукту (товару, послуги) і отримання певного прибутку.

Ціннісний підхід до ціноутворення спирається на оцінку продукту (товару, послуги) покупцями, відповідно до якої продавець (виробник) прагне отримати найбільш високий прибуток.

Альтернативність цих підходів до ціноутворення формує на кожному сегменті ринку відповідну шкалу «цінність - витрати», відповідно до якої встановлюється середньоринкова норма прибутковості на капітал, що вкладено у виробництво і реалізацію конкретного виду продукту.

Розглянемо більш детально систему методів, що базується на кожному з цих альтернативних підходів до ціноутворення.

I. Витратний підхід до ціноутворення є найбільш традиційним для менталітету менеджерів в умовах перехідної економіки і має досить глибокі історичні коріння в своєму походженні. Він орієнтує ціноутворення, головним чином, на внутрішні виробничі фактори розвитку господарської діяльності і отримання-продавцем (виробником) заздалегідь передбаченої норми прибутку на продукцію, що реалізується.

При цьому підході до ціноутворення основні елементи ціни носять детермінований (заздалегідь кількісно визначений) характер, а саме - ціноутворення спирається на фактичний рівень витрат продавця (виробника) по випуску та реалізації продукту. Залежність між рівнем ціни, рівнем витрат та рівнем прибутку від реалізації конкретного продукту, що формує певні заздалегідь визначені пропозиції між ними в процесі ціноутворення, проілюстровано на рисунку 3.2.

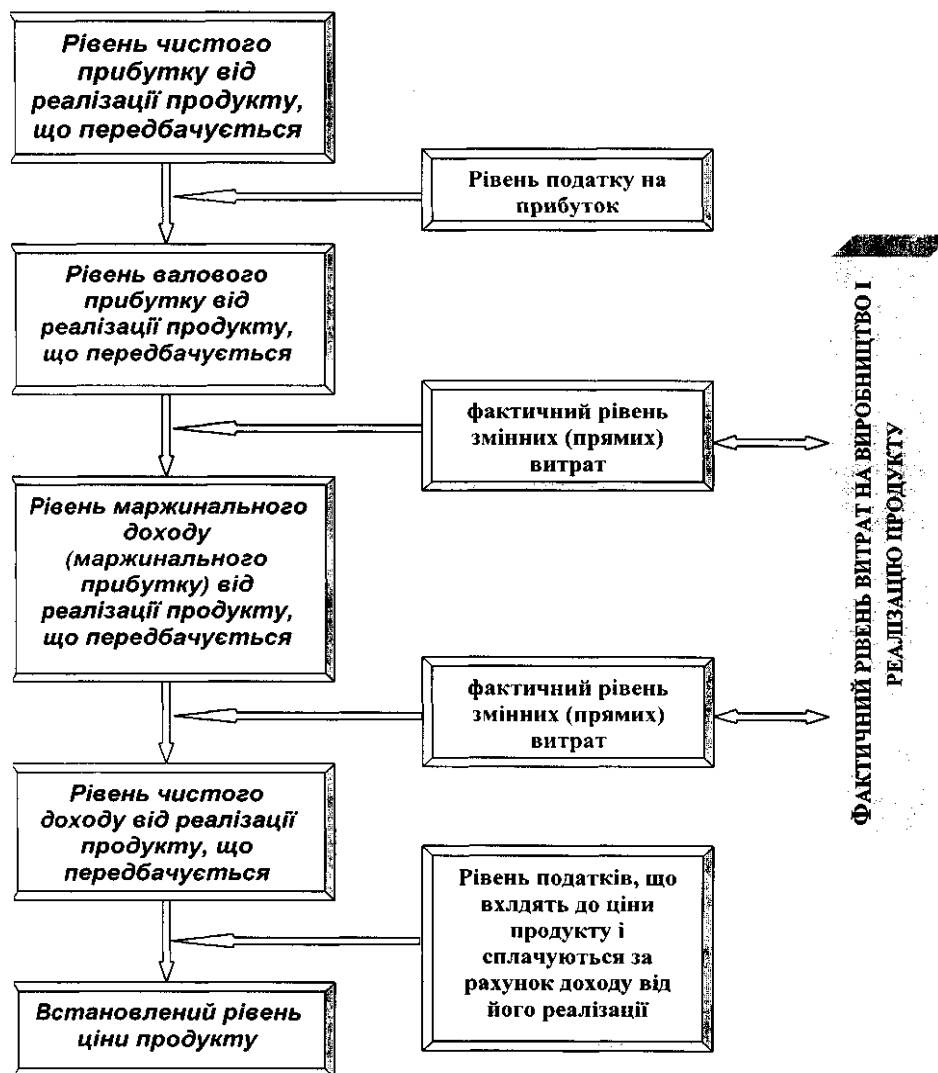


Рисунок 3.2 - Взаємозалежність окремих елементів ціни при затратному підході до ціноутворення

З наведеної схеми можна побачити, що при затратному підході до ціноутворення встановлений рівень ціни має спиратись на фактичний рівень витрат на виробництво і реалізацію продукції; рівень податків, що входять до ціни продукту; податок на додану вартість, акцизний збір; рівень податку на прибуток та рівень чистого прибутку від реалізації продукту, що передбачується.

Відповідно до цієї принципової схеми формуються конкретні методи, що базуються на затратному підході до ціноутворення. Основні з цих методів наведені на рис. 3.3.

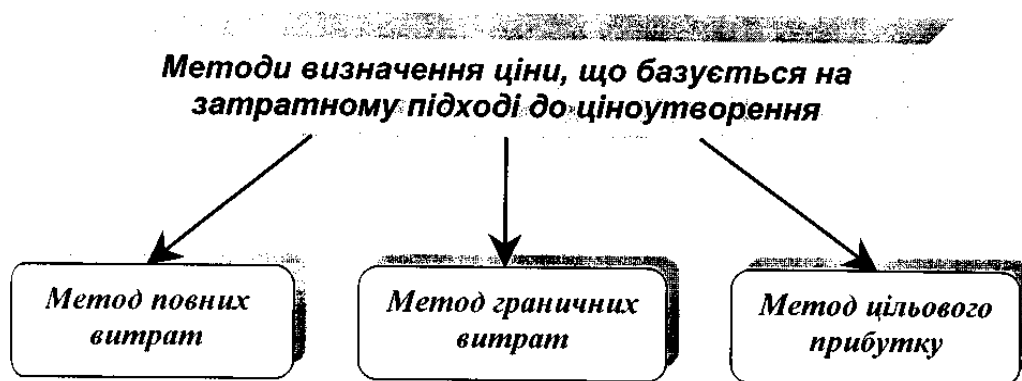


Рисунок 3.3 - Система основних методів визначення ціни, що базується на затратному підході до ціноутворення

Метод повних витрат полягає в тому, що в основу визначення рівня ціни має бути покладений фактичний рівень повних витрат на виробництво і реалізацію продукту. При цьому рівень змінних витрат визначається прямими розрахунками, а рівень постійних витрат розраховується на основі даних про загальну їх суму, поділену на передбачений обсяг реалізації продукції. Сума змінних та постійних витрат формує повну собівартість виробництва і реалізації продукції, включення якої до ціни дозволяє забезпечити рівень її беззбитковості.

Рівень прибутку часто приймає вигляд стандартної націнки на собівартість продукту. Це дозволяє в умовах діючої системи оподаткування визначити конкретний рівень ціни. Алгоритм розрахунку рівня ціни за цим методом має такий вигляд:

Рівень ціни продукту = Середній рівень повних витрат на виробництво і реалізацію продукції + Стандартний рівень чистого прибутку + Рівень податків на прибуток.

Виходячи з розглянутого алгоритму розрахунку ціни, цей метод ціноутворення має назву "Середні повні витрати плюс прибуток". Цей метод ціноутворення на сучасному етапі є найбільш розповсюдженим і може бути застосований до будь-якого виду продукту на різних стадіях його життєвого циклу. Але найчастіше він використовується в тих випадках, коли продукт вже затвердився на певному сегменті ринку, хоча попит на нього ще не насичено.

Найбільшою мірою цей метод ціноутворення кореспондує із проведенням такого типу цінової політики, як "цінова стабілізація рівня рентабельності".

Метод граничних витрат полягає в тому, що в основу визначення ціни має бути покладено рівень прямих змінних витрат на виробництво і реалізації продуктів. Ці витрати виступають орієнтиром мінімально можливого рівня цін певного продукту на підприємствах, що випускають широкий асортимент товарів. Для того, щоб забезпечити необхідний рівень рентабельності, до граничних витрат має бути доданий певний рівень маржинального доходу (маржинального прибутку). Це дозволяє в умовах діючої системи оподаткування визначити конкретний рівень ціни, який має вигляд:

Рівень ціни продукту = Середній рівень прямих змінних витрат на виробництво і реалізацію продукції + Очікуваний рівень маржинального доходу (прибутку) + Рівень податків на прибуток та в ціні продукту

Виходячи з розглянутого алгоритму розрахунку ціни, цей метод ціноутворення має назву "середні прямі витрати плюс маржинальний дохід".

Цей метод ціноутворення може бути застосований в тому випадку, коли підприємство просуває на ринок новий продукт, рівень повних витрат по якому на перших стадіях життєвого циклу досить високий. Крім того, його доцільно використовувати в тих випадках, коли попит на продукт вже відносно насичений, і підприємство бажає зберегти обсяг його реалізації на досягнутому рівні.

Відповідно цей метод ціноутворення найбільшою мірою кореспондує із проведенням таких типів цінової політики, як "проникнення на ринок", "цінова стабілізація долі ринку" та "політика низьких цін" (на певних сегментах ринку).

Метод цільового прибутку полягає в тому, що в основу визначення ціни має бути покладений цільовий прибуток, який необхідно отримати підприємству для реалізації цілей свого стратегічного розвитку. В купі із фактичним рівнем повних витрат в умовах діючої системи оподаткування цільовий прибуток дозволяє визначити конкретний рівень ціни продукту.

Алгоритм розрахунку рівня ціни за цим методом має такий вигляд:

Рівень ціни продукту = Цільовий прибуток + Середній рівень повних витрат на виробництво і реалізації продукції + Рівень податків на прибуток та ціну продукту.

Виходячи з розглянутого алгоритму розрахунку ціни, цей метод ціноутворення має назву "цільовий прибуток плюс повні витрати".

Метод цільового прибутку в залежності від способу визначення рівня цього прибутку має два різновиди:

а) визначення ціни на основі цільового рівня прибутковості витрат. В цьому випадку розрахована сума цільового прибутку прямо співвідноситься із сумою повних витрат;

б) визначення ціни на основі цільового рівня прибутковості капіталу. В цьому випадку сума цього прибутку попередньо розраховується за середнім рівнем прибутковості власного капіталу, вкладеного у виробництво продукції і лише потім співвідноситься із сумою повних витрат.

Метод цільового прибутку використовується в процесі ціноутворення в тих випадках, коли підприємство за допомогою цінової політики домагається суттєвого підвищення ефективності своєї господарської діяльності і її кінцевих фінансових результатів.

Ціннісний підхід до ціноутворення увійшов у нашу практику лише з початку реформування економіки, хоча в країнах із розвиненою ринковою системою він застосовується вже досить давно. Сутність ціннісного підходу до ціноутворення полягає в тому, що продавець, визначаючи рівень ціни на продукт, має виходити з оцінки його цінності покупцем. Така інтегральна оцінка цінності продукту проводиться покупцем за широкою системою якісних та інших ознак. Цей рівень цінності продукту визначає потенційну готовність покупця витратити певну частину своїх доходів на придбання продукту, тобто формує верхню межу ціни, за якою товар може бути реалізовано на ринку. При цьому рівень витрат на виробництво і реалізацію продукту враховується продавцем в процесі прийняття

цінових рішень лише як обмежуючий фактор, що характеризує мінімальну потенційну можливість його реалізації за відповідною ціною.

Але ціннісний підхід до ціноутворення не означає повну домінанту покупця на ринку в процесі визначення рівня ціни. Цей процес при ціннісному підході має враховувати не тільки економічні інтереси покупця продукту, але й економічні інтереси його продавця.

Економічний інтерес покупця полягає в тому, щоб придбати продукт на ринку з найнижчими витратами на нього (за найнижчим рівнем ціни) відносно рівня його цінності. Ця різниця між рівнем цінності і рівнем ціни розглядається покупцем як економічна перевага даного продукту в процесі його вибору серед відповідних аналогів, тому що формує його потенційний дохід (певний економічний виграш) в процесі купівлі. Відповідно, чим вищою буде ця різниця між рівнем цінності та рівнем ціни продукту, тим вищим буде обсяг його реалізації при інших рівних умовах.

Економічний інтерес продавця полягає в тому, щоб продати продукт за рівнем ціни, що формує максимально можливий прибуток відносно понесених ним витрат на його виробництво і реалізацію. Тільки за умови отримання задовольняючого його рівня та суми прибутку, продавець буде зацікавлений у нарощуванні обсягу продажу продукту на ринку при інших рівних умовах.

Характеризуючи в цілому методи ціноутворення, що засновані на затратному підході до визначення ціни, слід відзначити, що вони мають як відповідні переваги, так і певні недоліки.

Основними перевагами методів ціноутворення, що базуються на затратному підході, є:

- надійна та досить широка інформаційна база, що використовується в процесі ціноутворення;
- простота та апробованість основних алгоритмів розрахунку рівня цін, що забезпечує високу швидкість цих розрахунків і не потребує високого рівня кваліфікації виконавців;

- асоціація цінового образу товару із поняттям справедливості економічних віносин як з боку продавців, так і з боку покупців;

- наочність нижньої межі рівня ціни, на яку може згодитись продавець з позицій економічної доцільності реалізації продукту в процесі укладання відповідного контракту;

- високий рівень економічності процесу ціноутворення за рахунок коштів на проведення широких маркетингових досліджень;

- однозначна визначеність кінцевого результату розрахунків ціни, що дозволяє спрощувати планування таких показників фінансової діяльності, як сума та рівень доходів, прибутку, податкових платежів тощо;

- чітко визначений рівень віддачі від інвестицій, що кореспондує із цими методами встановлення рівня цін і полегшує експертизу ефективності реальних інвестиційних проектів;

- забезпечення певної стабільності цін в динаміці, які не корегуються у зв'язку із коливанням кон'юнктури ринку;

- послаблення цінової конкуренції на ринку, якщо всі підприємства відповідної галузі використовують цей підхід до визначення рівня цін;

- встановлення чітко прогнозованого цільового орієнтиру обсягу діяльності підприємства (обсягу реалізації продукції), що забезпечує досягнення точки беззбитковості, середньогалузевого або цільового рівня прибутковості.

Основними недоліками методів ціноутворення, що базуються на затратному підході, є:

- рівень цін, які підприємства встановлюють на свою продукцію, практично не враховує стан попиту (цінові обмеження попиту). Це може призвести до встановлення занадто високих цін на "слабких" ринках, а також до ситуації, коли продукція не може бути реалізована в передбачених обсягах в наслідок суттєвого перевищення індивідуальних витрат виробництва над середньогалузевим їх рівнем;

- ці методи ціноутворення зовсім не враховують тип конкурентного ринку та конкурентне становище конкретного продавця продукції;

- використання затратних методів ціноутворення не дозволяє управляти обсягом реалізації продукції на основі врахування механізму цінової еластичності попиту, що обмежує можливості реалізації стратегії економічного розвитку підприємства;

- ці методи не дозволяють продавцеві отримувати додатковий прибуток за рахунок оперативного підвищення рівня цін на продукцію при сприятливій кон'юнктурі ринку; відкриті підприємством внутрішні резерви зниження собівартості виробництва продукції автоматично призводять до зниження рівня цін навіть в умовах ненасиченості попиту на окремі товари;

- встановлення рівня цін за цими методами створює певний конфлікт при введенні на ринок нових товарів із високим початковим рівнем собівартості невеликих їх партій, що викликає цінове їх несприйняття покупцями;

- будь-який підхід до розподілу непрямих постійних витрат по окремих видах продуктів має високу погрішність, внаслідок суб'єктивного характеру цих підходів. Крім того, рівень цих витрат пов'язаний із обсягом реалізації продукції, а можливі коливання цього показника внаслідок цінового регулювання заздалегідь не прораховуються;

- використання методу граничних витрат, що дозволяє знижувати рівень цін, носить обмежений характер (лише по окремих видах продукції), оскільки постійні непрямі витрати обов'язково мають бути відшкодовані в загальному доході від реалізації продукції (тобто за рахунок цін на інші види продукції);

- визначення рівня прибутку, що закладається в основу ціни за всіма затратними методами, носить суб'єктивний характер і фактично може коліватись в широкому діапазоні навіть на одному і тому ж підприємстві;

- затратні методи ціноутворення спираються на визначення лише середнього рівня витрат виробництва, які в реальній практиці можуть суттєво коліватись по окремих сезонах, регіональних виробничих підрозділах підприємства тощо;

- зазначені методи адаптуються із використанням лише пасивних підходів до процесу ціноутворення, тому що вони не дозволяють активно застосовувати ринкові фактори, що впливають на рівень цін.

Альтернативність цих економічних інтересів формує відповідні співвідношення між рівнями витрат, прибутку продавця, економічного виграшу покупця, цінності та ціною, що встановлюються при цьому підході до ціноутворення. Характер цих співвідношень проілюстровано в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Цілі цінової політики фірми

Ціль	Варіанти і зміст цілей
Забезпечення певного рівня прибутку	Максимізація прибутку. Використовується в умовах, коли продукція фірми унікальна; попит значно перевищує пропозицію. Потребує знання взаємозалежності попиту і цін. Досягнення заданого рівня прибутку. Забезпечення доходу на інвестиції. Використовується широко. Завдання: встановити таку ціну, як б забезпечила при заданому рівні продажу "достатній" рівень віддачі на інвестований капітал.
Забезпечення певного рівня продажу і частки ринку	Утримання позицій на ринку (виживання). Встановлення низьких цін (можливо навіть нижче собівартості або пропонуються великі знижки. Досягнення певного рівня продажу або частки ринку. Встановлення такого рівня цін, який би дозволив досягнути запланованого обсягу продажу або частки ринку.
Забезпечення лідерства на ринку	Досягнення лідерства по ринковій частці. Досягнення переваг у якості продукції.
Орієнтація на конкурентів	Попередити вихід на ринок інших фірм (встановити низькі ціни). Стабілізувати ціни (встановити стійкі співвідношення між цінами на конкуруючі товари і запобігти цінових коливань). Позиціонуватися відносно конкурентів (коли ринок недиференційованої олігополії фірма концентрує свої зусилля на конкуренції по нецінових факторах).

3.2 Нові підходи до ціноутворення у ПМП «МАК»

Процес ціноутворення на фірмі передбачає виконання послідовності наступних кроків:

1. Визначення цілей ціноутворення.
2. Оцінка попиту.
3. Аналіз витрат.
4. Аналіз цін конкурентів.
5. Вибір методу ціноутворення (визначення базового рівня цін).
6. Встановлення ціни на товар (послугу).

В зв'язку з тим, що кроки 1-4 були розглянуті в розділі 2, тут розглядається детально вибір методів ціноутворення.

1. Методи ціноутворення на затрат використовуються підприємством найчастіше, оскільки: вони прості (після визначення затрат до них сумується певний процент або норма доходу); вони є менш ризикованими, оскільки базуються на відомому чинникові - затратах.

Недолік даного методу - ігнорування попиту, що може привести до встановлення ціни на нереальному рівні. Застосовувати даний метод можуть, в основному, підприємства-монополісти, а також підприємства, які знають попит і реакцію конкурентів.

Отримання цільового прибутку (встановлення ціни, яка забезпечує одержання нормативного прибутку при визначених обсягах продажів).

2. Метод встановлення ціни на основі цільової рентабельності інвестування.

Для використання даного методу необхідно знати:

- заплановані обсяги реалізації продукції;
- собівартість одиниці продукції;
- величину інвестицій у виробництво та реалізацію продукції;
- цільову рентабельність, яку планується отримати від інвестованих коштів.

3. Метод встановлення ціни на основі цільової рентабельності затрат (аналіз беззбитковості).

Базу аналізу становить процес визначення точки беззбитковості. В точці беззбитковості дохід, отриманий компанією (ціна на кількість проданих товарів),

дорівнює сукупним затратам на виробництво даної продукції. Все, що продано по даній вартості понад визначену цифру, забезпечує отримання прибутку.

4. Методи, що орієнтуються на попит, передбачають встановлення ціни з врахуванням того, які обсяги продукції споживачі здатні придбати при різних рівнях цін. Значення даного методу зростає за умов підвищеної чутливості споживачів до цін.

Ціноутворення з орієнтацією на попит - базується на понятті "цінності товару для покупця, що сприймається". Головна ідея цього підходу - покупці порівнюють переваги покупки і витрати на неї. Коли товар забезпечує найкраще співвідношення переваги/витрати, клієнт здійснює покупку.

5. Ціноутворення на ринку товарів промислового призначення. Алгоритм встановлення ціни по принципу "максимально допустимої ціни", який базується на економічній вигоді споживача:

- визначити сукупність і умови застосувань;
- виявити об'єктивні і суб'єктивні нецінові переваги товару для споживача;
- виявити всі нецінові затрати споживача при використанні товару;
- встановити рівень рівноваги "переваги-затрати", який є таким, що відповідав би максимальній допустимій ціни.

Попри високу ціну, продукт матиме найвищу цінність для споживача, тому що його використання дозволить або збільшити обсяг виробництва, або зменшити операційні затрати протягом терміну служби.

6. Ціноутворення на ринку споживчих товарів (метод цінності продукту для споживачів). Застосовується альтернативний аналіз, суть його полягає в подальшому:

- виявити чинники, що впливають на переваги споживачів;
- визначити їх відносну вагу для споживачів;
- виділити продукти-аналоги (конкуренти);
- зробити оцінку продуктів-аналогів по кожному атрибуту;
- визначити міру цінності, що сприймається кожного продукту шляхом множення оцінок по кожному атрибуту на їх значимість (вагові коефіцієнти) і наступного підсумовування отриманих (зважених) оцінок по всіх характеристиках.

Ціна встановлюється з урахуванням оцінки цінності, що сприймається при оцінці продукції компанії і оцінок цін товарів конкурентів.

На прикладі фірми ПМП «МАК» розроблено алгоритм встановлення ціни за принципом "максимальна допустима ціна", що базується на економічній вигоді для покупця.

Фірма виробляє дверні блоки тахльовані. По результатах фінансового аналізу з'ясовується, що:

- Змінні витрати на один дверний блок становлять 380 грн.
- Постійні витрати на весь обсяг випуску - 7150 грн.
- Очікуваний обсяг реалізації – 65 шт.
- Фірма хоче отримати чистий прибуток в розмірі 16 %.
- Собівартість одиниці продукції = $380 + 71500 / 65 = 490$ грн.
- Ціна одного дверного блоку = $490 / (1 - 0,16) = 583$ грн.
- Прибуток = $583 - 490 = 93$ грн.

Фірма вклала у виробництво дверних блоків тахльованих $K = 10000$ грн. Бажана норма прибутку на інвестований капітал - 15 %. Змінні, постійні витрати та обсяги реалізації ті ж.

$$\text{Ціна} = 490 + (0,15 \times 10\,000) / 65 = 513 \text{ грн.}$$

Точка беззбитковості = $TFC / (P - AVC)$, де P - ціна.

Фірма бажає продавати свої двері по ціні: $P = 550$ грн.

$$TFC = 7150 \text{ грн. } AVC = 380 \text{ грн.}$$

$$\text{Точка беззбитковості} = 7150 / (550 - 380) = 42 \text{ шт.}$$

Якщо компанія продасть 1500 дверей за ціною 550 грн., вона покриє всі свої витрати. Якщо вона продасть більше 42 дверей за ціною 550 грн., вона отримає прибуток 170 грн. з кожного дверного блоку. При продажах менше 42 дверей, компанія матиме втрати.

ВИСНОВКИ

Підприємство ПМП «МАК» має статут юридичної особи, Статутний фонд якої розділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Фірма набула прав юридичної особи з моменту її реєстрації у Тернопільській міській адміністрації, а саме з 17.01.99 р. згідно розпорядження № 3416 та свідоцтва про державну реєстрацію № 34725159. Підприємство діє на основі повного госпрозрахунку, має самостійний баланс і статутний фонд, розрахунковий рахунок в Приватбанку та печатку.

Основними напрямками діяльності ПМП «МАК» є виконання ремонтно-будівельних робіт та виробництво столярних виробів з власного матеріалу. На сьогоднішній день ПМП «МАК» концентрує свою діяльність саме на виробництві столярних виробів. Для виробництва столярних виробів як основний матеріал використовують сосну, деколи ялину і модрина. Постачання і закупка сировини здійснюється, як правило, з гірських місцевостей Прикарпаття, а деколи і проводиться закупка пиломатеріалів в межах області та з Рівненщини.

Проаналізувавши цінову політику підприємства, нами було запропоновано у ПМП «МАК» проводити встановлення ціни за принципом "максимальна допустима ціна", що базується на економічній вигоді для покупця. При такій політиці точка беззбитковості для підприємства по дверних блоках становитиме 42 шт. Якщо ПМП «МАК» продасть 1500 дверей за ціною 550 грн., то воно покриє всі свої витрати. Якщо воно продасть більше 42 дверей за ціною 550 грн., воно отримає прибуток 170 грн. з кожного дверного блоку. При продажах менше 42 дверей, фірма матиме втрати.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности / Под ред. В. И. Стражева. – Минск: Вышэйшая школа, 1995. – 216 с.
2. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту. -Львів: Світ, 1995.-296с.
3. Білик М.Д. Підвищення ефективності розподілу прибутку // Економіст. - 2008. - № 6. - С.43 -45.
4. Бланк И.А. Управление прибылью. -К.; "Ника - Центр", 2008. – 563 с.
5. Бойчик І.М. Економіка підприємства. Навчальний посібник.- К.: Атіка, 2002. – 480 с.
6. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Виробничий (операційний менеджмент): Навчальний посібник. За ред. В.О. Василенка. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 532 с.
7. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. Менеджмент в організації: Навч. Посіб. Для студ. екон. спец. вузів. – К.: Кондор. – 2002. – 654 с.
8. Горбачева Л. А. Анализ прибыли и рентабельности. –М.: Экономика, 2000. – 95с.
9. Житна І.П., Несреба А.М. Економічний аналіз господарської діяльності підприємств. Київ “ Вища школа” 1992.
- 10.Іщенко І. І., Терещенко С. П. Оцінка економічної ефективності виробництва та затрат. – К.: Вища школа, 2001. – 187 с.
- 11.Кодацкий В. П. Прибыль. - Харьков.: Кундуз, 2009. - 149 с.
- 12.Козубенко В. А. Доход предприятия: формирование и распределение. - К.: Наукова думка, 2003. - 131 с.
- 13.Леготин Ф. Я., Леготин А. Ф. Управление затратами и ценообразованием. - Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2009. - 287 с.
- 14.Мухин С.А. Прибыль в новых условиях хозяйствования. –М.: Финансы и статистика, 2000. –144с.
- 15.Организационный менеджмент/ А.Н. Мардас, О.А. Мардас. – СПб.: Питер, 2003. – 336 с.

16. Підхомний О.М. Управління інвестиційними процесами на фінансових ризиках: Навч. Посібник. – К.: Кондор, 2003. – 184 с.
17. Рябова Р.И., Иванова О.В. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции, с комментариями и бухгалтерскими поводками, 2000. – 122с.
18. Субботович Ю.Л. Теорії походження та сутності прибутку // Матеріали міжнародної науково-методичної конференції “Еволюція економічного розвитку та економічних теорій”. - К, 2000. - С.148 - 152.
19. Субботович Ю.Л. Прибуток підприємства в умовах ринкової економіки: нові об’єкти та методи його планування // Матеріали другої міжнародної конференції “Наука і освіта”. - К, 2009. - С.71-73.
20. Терещенко С.І. Податок на прибуток: необхідність урахування критерію нейтральності // Фінанси України. - 1997. - № 4. - С.103-107.
21. Юров В.Ф. Прибыль в рыночной экономике: вопросы теории и практики. - М., Финансы и статистика, 2001 – 243с.