

ПРОГНОЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ

Павлик В., к.т.н.,

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

Оскільки управління бізнесом ґрунтується на передбаченні результатів діяльності підприємства то використання методу прогнозування у прийнятті управлінських рішень має теоретичне і практичне значення, стає вирішальним у досягненні ефективності виробництва продукції. Для управління бізнесом необхідно враховувати основи здійснення виробництва продукції, що мають на нього вплив, зокрема: державне управління підприємствами, основу якого становить законодавство, яке встановлює їх реєстрацію, функціонування і оподаткування; фінансова система країни, діяльність національного банку, встановлення ним процентної ставки на позику коштів, визначення курсу національної валюти – визначають умови ведення бізнесу; встановлення центральним банком курсу національної валюти обумовлюватиметься функціонуванням як вітчизняної, так й іноземними фінансовими системами, які враховують грошову масу, валовий внутрішній продукт, ціноутворення на продукцію; рівень інфляції в країні вказує наскільки знецінюються гроші у національній валюті, продукція яка купується за їх рахунок; визначення критерію ефективності виробництва продукції; вимоги ринку до виробництва продукції. У теорії і практиці управління бізнесом узагальненим показником діяльності підприємства є рентабельність виробництва, а ефективність діяльності підприємства визначає одержаний ним прибуток. Враховуючи це, вважаємо, що затрати праці є визначальним у виробництві, оскільки всі інші економічні показники такі як собівартість, ціна продукції, прибуток, рентабельність виробництва будуть обумовлюватися саме ними. Тому за основний критерій ефективності виробництва продукції доцільно прийняти продуктивність його процесів. Безумовно на діяльність підприємства, ведення і управління бізнесу матиме вплив ринок, який встановлює вимоги до організації виробництва продукції на підприємстві. При цьому необхідно враховувати, що виробник, який має велику частку обсягу реалізації продукції на ринку визначає для себе вигоду від ціни, однак ризикує реалізувати її у повному обсязі, а споживач продукції може задовольнити свої потреби у ній, якщо матиме платоспроможність. На нашу думку тенденції економічного розвитку

великих підприємств будуть ґрунтуватися на адаптації їх до вимог ринку, створенні розгладженої структури з малих представництв для того тільки щоб бути впевненими у реалізації продукції. В основі управління бізнесом повинен здійснюватися принцип – вся вироблена продукція підприємством має бути реалізована. Для того щоб визначитися з своєю участю на ринку необхідно знати кількість виробників продукції, середній обсяг виробництва продукції одним виробником та кількість споживачів. З врахуванням вказаного, пропонується визначити середній обсяг реалізації продукції одним виробником. Виходячи із зазначеного принципу, якого доцільно дотримуватися в управлінні бізнесом підприємства запишемо формулу:

$$Q_{\bar{a}} = Q_{\delta} \quad (1)$$

де $Q_{\bar{a}}$ - обсяг виробленої продукції, Q_{δ} - обсяг реалізованої продукції. Введемо у вказану формулу $N_{\bar{a}}$ - кількість виробників продукції та $N_{\bar{n}}$ - кількість споживачів продукції, $Q_{\bar{n}\bar{a}}$ - середній обсяг виробництва продукції одним підприємством, $Q_{\bar{n}\delta}$ - середній обсяг продукції, який реалізовано одному споживачу, а також зазначимо, що не вся вироблена продукція може бути реалізована у вигляді математичного рівняння:

$Q_{\bar{n}\bar{a}} = Q_{\bar{n}\delta} + Q_{\bar{n}i}$, де $Q_{\bar{n}i}$ - середній обсяг нереалізованої продукції одним підприємством. Враховуючи вказане, запишемо формулу:

$$N_{\bar{a}} * (Q_{\bar{n}\bar{a}} - Q_{\bar{n}i}) = N_c * Q_{cp} \quad (2)$$

Позначемо у формулі показники, значення яких необхідно визначити через X та Y . Наведена формула матеমে вигляда:

$$N_{\bar{a}} * (Q_{\bar{n}\bar{a}} - Y) = N_{\bar{n}} * X, \quad (3)$$

звідки

$$Q_{\bar{n}\bar{a}} = \frac{N_{\bar{n}}}{N_{\bar{a}}} * X + Y, \quad (4)$$

$$Y = Q_{\bar{n}\bar{a}} - \frac{N_{\bar{n}}}{N_{\bar{a}}} * X \quad (5)$$

При $Y = 0$ тобто коли вся вироблена підприємством продукція реалізована, середній обсяг продукції реалізованої одним підприємством визначатиметься за формулою:

$$X = \frac{Q_{\bar{n}\bar{a}}}{N_{\bar{n}}} * N_{\bar{a}} \quad (6)$$

Підставивши у формулу (5) умовні числові значення, визначемо, який обсяг продукції залишиться для підприємства нереалізованим при відповідному співвідношенні кількості споживачів і виробників та умові, що підприємство намагається всю вироблену продукцію реалізувати тобто $Q_{\bar{n}\bar{a}} = X$ всі числові значення наведені в умовних одиницях:

$$10 = 20 - \frac{5}{10} * 20, \quad 18 = 20 - \frac{1}{10} * 20 \quad (7)$$

Як видно з розрахунків при збільшенні кількості споживачів зменшується частка нереалізованої продукції у її обсягу виробництва. Підставивши умовні числові значення у формулу (6), визначемо середній обсяг продукції, який реалізовано одним підприємством:

$4 = \frac{20}{10} * 2$, при вказаних умовах підприємство реалізує обсяг продукції у п'ять разів менше передбаченого. Визначемо середню вартість продукції, яку виробляє підприємство скориставшись твердженням, що дохід виробника від реалізації продукції дорівнює грошовим витратам споживача, запишемо формулу:

$$S * W = N * (M - Z), \quad X = \frac{N}{S} * (Y - Z),$$
$$X = \frac{5}{10} * (Y - 100), \quad (8)$$

де S – кількість виробників продукції, W – середня вартість проданої продукції одним підприємством, N – кількість споживачів, $W = (M - Z)$ середня вартість купленої продукції одним споживачем, M – кількість грошей споживача, Z – залишок грошей після здійснення куплі продукції, $W = X$, $W = Y$, підставивши умовні числові значення визначемо при $Y = 1000$; $X = 450$ умовних одиниць, знаючи вартість проданої продукції та її обсяг можна визначити ціну продукції. Таким чином, використання викладених положень дасть змогу управляти бізнесом, прогнозувати результати діяльності підприємства, досягати ефективності у виробництві продукції.