

родовищ нафти і газу / [Д.О. Єгер, В.М. Дорошенко, Ю.О. Зарубін та ін.] // Нафтова і газова промисловість. 2005. – № 5. — С. 11-15.

6. Данилюк М.О. Управлінський облік та аналіз витрат на видобуток нафти і газу: навчальний посібник / М.О. Данилюк, В.С. Лесюк. – Івано-Франківськ, 2000. – 122 с.

7. Мазур І.М. Оцінювання ефективності технологічних інновацій при оптимізації виробничої потужності нафтогазовидобувних підприємств / І.М. Мазур, М.О. Данилюк // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. – Івано-Франківськ, 2005. – № 3(12). – С. 118-123.

Надійшла 16.05.2009

УДК 33.658:338.2+330.13

С. М. МАЦОЛА

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

МОДЕЛЬ ПЛАНУВАННЯ І УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розроблено алгоритм управління і планування прибутком, що передбачає внесення змін до техніки і технології, організації виробництва та управління за видами продукції.

In the article the algorithm of management and planning by an income is developed, that foresees bringing of changes to the technique and technology, organization of production and management after the types of products.

Ключові слова: алгоритм управління і планування прибутком, організація виробництва.

Вступ. В умовах ринкової економіки значення планування не тільки не зменшується в порівнянні з планово-директивною, розподільною економічною системою, а, навпаки, зростає і особливо це стосується планування, що реалізується за допомогою розробки бізнес-плану. Проблемам моделювання планування і управління прибутком підприємств присвячені численні праці вітчизняних та зарубіжних авторів. Зокрема, досліджено особливості оптимізації прибутку, обсягу випуску продукції і витрат виробництва [1], методи планування прибутку в умовах ринкової економіки [2]. Теоретико-методологічні підходи до визначення прибутку підприємства як фінансової категорії наведено в роботі [3]. Відзначимо також наукові дослідження таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як О.Р. Кривицька [4], Ю.В. Ласточкин, І.І. Іцкович [5], М.Ю. Манухіна, А.Ю. Кретьова [6], В. Моргунов [7], Н.О. Подлужна [8], Ю. Л. Субботович [9], А.М. Турило, О.А. Зінченко [10]. Однак, незважаючи на великий інтерес, що проявляється до розробки моделей планування і управління прибутком підприємств, низка питань, що стосуються цієї проблеми, вимагає подальших досліджень.

Постановка завдання. Процес управління прибутком залежить як від використання діючих чинників, так і від їх наслідків. Формалізуючи дію всіх чинників можна використати процес моделювання з метою інформаційного забезпечення і вивчення закономірностей зміни прибутку, а також для створення та імітації різних ринкових ситуацій, які повністю охоплюють невизначеність ринку.

Результати дослідження. Для практичного планування прибутку запропоновано методика, що визначається наступними особливостями. Дана методика:

1) враховує можливість зміни ціни реалізації продукції. Прийняті управлінські рішення можуть бути різноманітними і передбачати, наприклад, при низьких цінах реалізацію значних обсягів продукції, або, навпаки, при високих цінах продаж меншої кількості продукції тощо;

2) передбачає зміну під впливом деяких причин прямих змінних витрат підприємства. Вони можуть змінюватися, наприклад, коли змінюються ціни на використовувану сировину, матеріали, що комплектують, на паливо і енергію, на устаткування і витрати на заробітну плату основних виробничих робочих і тому подібне, коли змінюється під впливом науково-технічного прогресу витрата всіх видів ресурсів на одиницю продукції, що випускається;

3) враховує можливість зміни умовно-постійних витрат, які можуть бути направлені на вдосконалення системи управління підприємством і окремими його підрозділами, на зміну організаційної і виробничої структури тощо;

4) передбачає можливість модернізації виробництва, його розвиток, розширення і вдосконалення. Все це може бути реалізовано за допомогою реконструкції підприємства і його технічного переозброєння, переоснащення, що веде до зміни виробничої потужності підприємства;

5) забезпечує структурні зрушення в асортименті продукції;

6) оцінює зміни виробничої програми з позицій наявних у виробництві обмежень, зокрема, допустимої ефективності капітальних вкладень, а також попиту продукції на ринку, допустимого рівня господарського ризику граничному значенню рівня відносної безбитковості і тому подібне;

7) враховує існуючу дискретність виробництва, багатонаменклатурний, багатоасортиментний його характер.

Перелік особливостей запропонованої методики планування і управління прибутком, свідчить про

те, що вона має характерні властивості гнучкості, комплексності, економічності і, що дуже важливо, властивість дискретності. Останнє дозволяє встановити межі, в рамках яких може і знаходитиметься одне з можливих і допустимих планово-управлінських рішень.

Виходячи з цього, запропоновано алгоритм планування і управління прибутком, який включає шість етапів (рис. 1):

- 1) формування початкової інформації;
- 2) визначення самого прибутку і ключових економічних і фінансових індикаторів діяльності підприємства;
- 3) аналіз отриманої інформації на предмет доцільності прийнятого варіанту;
- 4) аналіз рентабельності (проводиться за видами продукції для виявлення подальшої реалізації резервів підвищення прибутку);
- 5) внесення змін до техніки і технології, організації виробництва і управління за видами продукції в цілях підвищення прибутку;
- 6) розрахунок показників за видами продукції, узагальненої інформації по підприємству в цілому та ухвалення остаточних рішень.

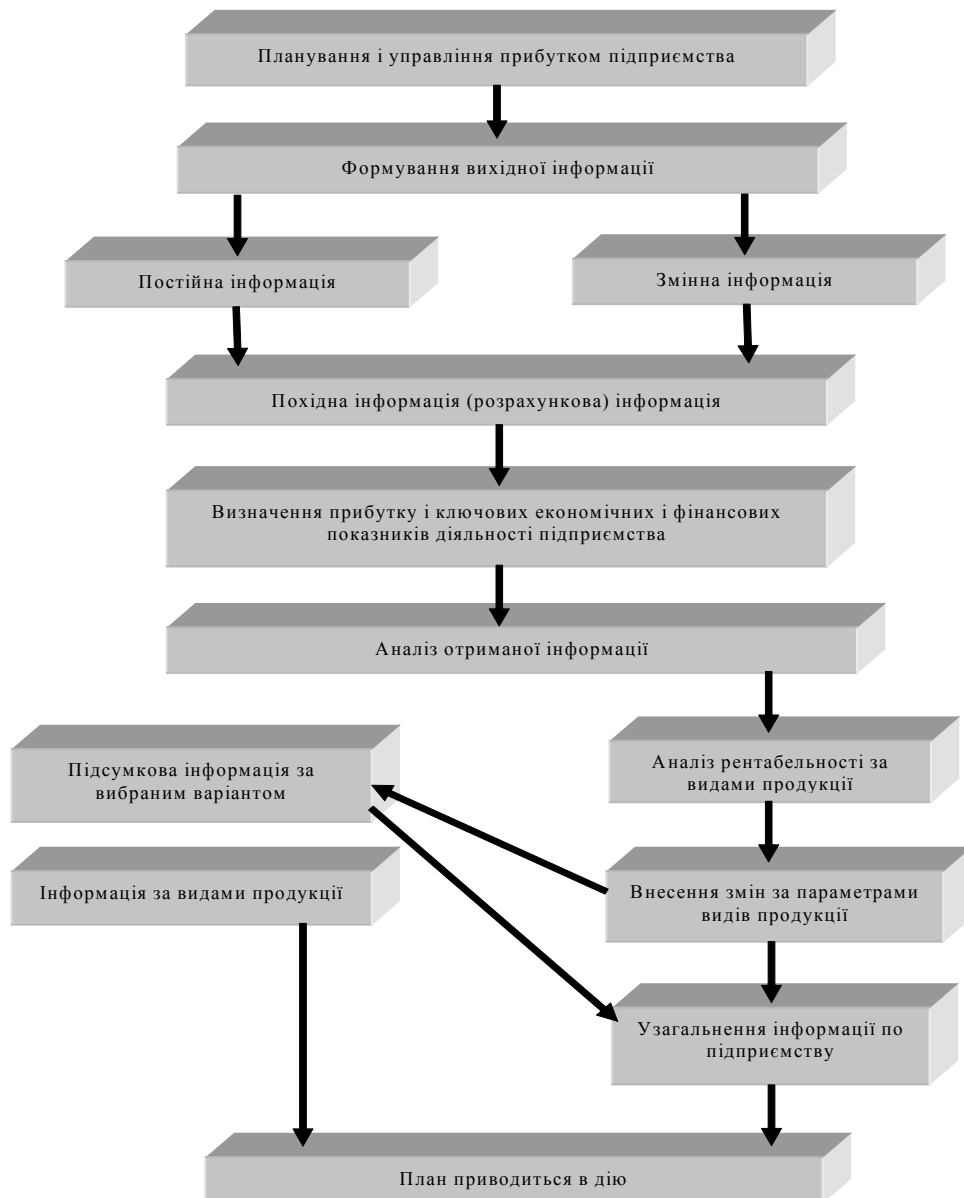


Рис. 1. Блок-схема алгоритму управління і планування прибутком

Розглянемо інформаційне забезпечення процесу планування прибутку. Якщо розглядати інформацію як засіб досягнення поставленої мети, то її можна диференціювати на три групи, кожна з яких має свої джерела формування, а всі вони разом складають єдине ціле, таке, що є початковою інформацією, необхідною і достатньою для вирішення планових завдань.

Перша група — це постійна інформація, яка не змінюється внаслідок того, що вона відображає минулий, базисний період, що вже відбувся, про який відомо практично все, що необхідно знати для управління виробництвом і планування діяльності.

До постійної інформації планово-управлінського напрямку можна віднести наступні показники базисного періоду:

- 1) загальна кількість номенклатурно-асортиментних позицій продукції, що випускається;
- 2) загальні річні поточні витрати підприємства на виробництво і реалізацію випущеної продукції;
- 3) кількість виробленої і реалізованої продукції за кожною номенклатурно-асортиментною позицією в натуральному виразі;
- 4) середньозважена ціна реалізації одиниці продукції кожної номенклатурно-асортиментної позиції;
- 5) прямі змінні (пропорційні) витрати на виробництво одиниці продукції кожної номенклатурно-асортиментної позиції.

Друга група — це змінна інформація, яка відноситься до аналізованого періоду і може багато разів змінюватися в процесі пошуку кращого варіанту планово-управлінського рішення. До змінної інформації аналізованого періоду відносяться:

- 1) зміна умовно-постійних витрат підприємства;
- 2) вся інформація базисного періоду;
- 3) зміни прямих змінних витрат на виробництво одиниці продукції кожної номенклатурно-асортиментної позиції;
- 4) зміни умовно-постійних витрат при виробництві одиниці продукції кожної позиції;
- 5) капітальні вкладення у вдосконалення виробництва продукції по кожній продукції.

Третя група — це похідна інформація, отримана в результаті відповідної обробки інформації першої і другої груп. При цьому інформація даної групи надзвичайно важлива, бо саме вона використовується для пошуку ефективного планово-управлінського рішення. Розрахована за відповідними формулами похідна інформація використовується для визначення прибутку підприємства, подальшого аналізу вибраного варіанту і перегляду технічних і організаційних рішень стосовно окремих видів продукції, що виготовляється.

Реалізувавши всі вказані поетапні операції в строгій відповідності з вище викладеною методикою, остаточно зупиняються на конкретному плані виробництва продукції. При цьому на завершальному етапі потрібно розрахувати всі найважливіші показники діяльності підприємства, включаючи, зрозуміло, показники виручки, прибутку, величини змінних витрат, рентабельності виробництва, ефективності виробництва і ряду інших.

Так само слід виділити інформаційне забезпечення ухвалюваних планово-управлінських рішень в умовах невизначеності та непередбачуваності ситуації, що складається на ринку.

Питання врахування невизначеності ринкової ситуації запропоновано вирішити з використанням страхових коефіцієнтів і забезпечувати їх величину на такому рівні, щоб ухвалювані планово-управлінські рішення мали достатній запас міцності, що забезпечує стабільність діяльності підприємства. Проте між невизначеністю і непередбачуваністю точної ситуації є істотна відмінність, бо обидва ці чинники хоч і відображають за своїми економічними наслідками одне і те ж, але все таки джерела їх виникнення дуже сильно відрізняються між собою. Під невизначеністю розуміється зміна ринкової ситуації яка виникає в результаті дій численних чинників, які походять, в основному, від всіх товаропродуруючих суб'єктів ринку, їх стратегії і тактики, цінової політики тощо. Це дозволяє опосередковано враховувати невизначеність.

Зовсім інша справа з непередбачуваністю. Під цим терміном слід розуміти дію всієї сукупності чинників, які виходять за межі виробничої сфери і пов'язані із стихійними лихами, станом світової фінансової системи, політичною ситуацією в різних країнах тощо. За своїм економічним наслідком непередбачуваність дуже часто має руйнівний характер, який приводить багато підприємств на межу банкрутства або ставить їх у важке економічне становище.

Страхові коефіцієнти ризику опосередковано сигналізують підприємству про надійність прийнятого управлінського рішення і яким запасом стійкості воно володіє. Невизначеність ринкової ситуації може вивести підприємство із стану стійкості, стабільності і прибутковості роботи. Чим більші ці коефіцієнти, тим надійніше буде почувати себе підприємство на ринку.

Висновки. Таким чином, на основі дослідження процесу управління прибутком підприємств, розроблено алгоритм управління і планування прибутком, що передбачає, зокрема, внесення змін до техніки і технології, організації виробництва та управління за видами продукції в цілях підвищення прибутку. Практична реалізація запропонованої методики управління і планування прибутком дозволить підприємству зберегти наявні та розвинути конкурентні переваги на ринку.

Література

1. Хміль Т. Оптимизация прибыли, объема выпуска продукции и издержек производства / Т.

Хмель, Л. Шишмарева // Бизнес-Информ. – 1997. – № 15. – С. 118-119.

2. Лепа Н.М. Методы и модели стратегического управления предприятием / Лепа Н.М. – К. : Институт экономики НАН Украины, 2002. – 218 с.

3. Турило А.М. Теоретико-методологічні підходи до визначення прибутку підприємства, як фінансової категорії / А.М. Турило, О.А. Зінченко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 3(81). – С. 109-112.

4. Кривицька О. Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку / О. Р. Кривицька // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 138-146.

5. Ласточкин Ю.В. Модели управления добавленной стоимостью и прибылью в крупных производственных компаниях / Ю.В. Ласточкин, И.И. Ицкович // Экономика и математические методы. – 2005. – Т. 41, № 2. – С. 64-73.

6. Манухина М. Ю. Исследование процесса управления прибылью предприятия / М.Ю. Манухина, А.Ю. Кретьова // Бизнес информ. – 2006. – № 1-2. – С. 35-38.

7. Моргунов В. Нормирование прибыли при регулировании цен естественных монополий (две концепции) / В. Моргунов // Вопросы экономики. – 2001. – № 9. – С. 28-38.

8. Подлужна Н. О. Теоретичний аспект прибутку в сучасних економічних умовах / Н.О. Подлужна // Труды Одесского политехнического университета. – Одесса, 2004. – Т. 1. – С. 88-91.

9. Субботович Ю. Л. Прибуток у господарській діяльності підприємницьких структур / Ю. Л. Субботович // Фінанси України. – 1999. – № 12. – С. 40-45.

10. Турило А.М. Показники і критерії оцінки якості прибутку на стадії його формування в системі менеджменту підприємства / А.М. Турило, О.А. Зінченко // Фінанси України. – 2008. – № 10. – С. 106-108.

Надійшла 16.06.2009

УДК 519.86+338.012

М. О. ЧЕРНЯВСЬКИЙ

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

ОПТИМІЗАЦІЯ ПЛАНУВАННЯ ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН В УПРАВЛІННІ ЕЛЕКТРОСПОЖИВАННЯМ

Розглянуто задачу управління балансом електроенергії генеруючої компанії за наявності можливого дефіциту активних потужностей і енергії. Проведено аналіз відповідної моделі адаптивного управління електроспоживанням енергокомпанії.

The task of management by balance of electric power of generating company is considered at presence of possible deficit of active powers and energy. The analysis of the corresponding model of adaptive management by consumption of electric of company is conducted.

Ключові слова: управління балансом електроенергії, адаптивне управління.

Вступ. Розвиток ринкових відносин у сфері управління електроенергетикою України проявляється у реформуванні оптового ринку як багатокомпонентного механізму узгодження (балансування) економічних інтересів виробників і споживачів [1].

Правовою і комерційною основою функціонування цього сегменту ринку є угоди (контракти), що пов'язують один з одним його учасників. Саме контракти, які підписані між електроенергетичними компаніями, покликані забезпечити комерційну єдність електроенергетики при реструктуризації інтегрованих структур галузі, введенні конкуренції і вибору [2]. У свою чергу, в структурі оптового ринку електроенергії важливе місце займають термінові угоди прямого платежу, а внаслідок непередбачуваного характеру кінцевого попиту на продукцію найпоширенішою формою оптового контракту в електроенергетичній галузі повинен стати опційний контракт. Термінові, зокрема, опційні угоди, з однієї сторони, є фінансовими інструментами для зниження комерційних і виробничих ризиків, а з іншої, формування параметрів цих угод є елементом планування діяльності учасників енергетичного ринку.

У зв'язку із досліджуваною проблемою оптимізації планування договірних відносин в управлінні електроспоживанням відзначимо роботи О.В. Амеліницької [3], О.В. Білько, Д.Я. Оріча [4], Є.В. Луніної [5], В.В. Россохи, Ю.Д. Костіна [6, 7]. Незважаючи на значний інтерес науковців до проблем ринку електроенергетики, залишаються актуальними і потребують подальших досліджень проблеми моделювання процесів розвитку енергетичного ринку з метою забезпечення його ефективного функціонування.

Постановка задачі. Розглянемо задачу управління балансом електроенергії генеруючої компанії за наявності можливого дефіциту активних потужностей і енергії. У цих умовах компанія укладає опційну угоду «колл» з виробником електроенергії, тобто отримує згоду на покупку права отримання електроенергії за певною ціною або відповідно – на її продаж, зобов'язуючись при цьому підтримувати в готовності свої генеруючі потужності, нести навантаження протягом встановленого угодою терміну в наперед обумовлених межах.