

Н.Ю. ЄРШОВА, канд. економ. наук., доц., НТУ «ХП», Харків
Ю.А. КУПРІЯНОВА, студентка, НТУ «ХП», Харків

ОБГРУНТУВАННЯ МІСЦЯ ТА РОЛІ ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ В УПРАВЛІННІ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті розглядаються сучасні інструменти планування діяльністю підприємств. Виділені критерії вибору форми планування підприємством, об'єкти. Проведено розрахунок і сформульовані висновки відносно планування прибутку підприємства на основі виявленого взаємозв'язку між фінансовою політикою й здатністю підприємства здійснювати нові інвестиції.

В статье исследуются современные инструменты планирования деятельностью предприятий. Выделены критерии выбора формы планирования деятельностью предприятия, объекты. Проведен расчет и сформулированы выводы о планировании прибыли предприятия на основе выявленной взаимосвязи между финансовой политикой и способностью предприятия осуществлять новые инвестиции.

In article modern tools of planning are investigated by activity of the enterprises. Criteria of a choice of the form of planning by activity of the enterprise, objects are allocated. Calculation is lead and conclusions about planning profit of the enterprise on the basis of the revealed interrelation between a financial policy and ability of the enterprise to carry out new investments are formulated.

Постановка проблеми. Питання планування й прогнозування досить широко розглядаються в спеціальній літературі з економічного аналізу, аналізу господарської діяльності й інших. Необхідність у прогнозуванні обумовлена об'єктивними потребами практики. Прогнозування на інтуїтивній основі виникло давно і обслуговує діяльність людей, що приймають рішення. До теперішнього часу розроблено більш ніж 200 методів наукового прогнозування. Така кількість методів пояснюється різнохарактерністю об'єктів прогнозування й завдань, які вирішуються фахівцями.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. За останній час питання, пов'язані з впровадженням методів планування та прогнозування знайшли своє відображення у роботах таких вітчизняних та зарубіжних авторів, як: В.Н. Тамашевич, С.В. Балдін, А.М. Дубров, Е.И. Шохин, И.Я. Лукасевич, П.Л. Гордієнко, И. Ансофф, З.Є. Шершньова, В.Г. Герасимчук, П.Л. Гордієнко, Т.В. Головка, К.І. Редченко та інші. Деякі автори приділяли більшу увагу методикам прогнозування у рамках планування діяльністю підприємства, інші науковці займалися розробкою системи планування та прогнозування на підприємстві. Значна увага приділяється розробці методів обробці результатів експертизи.

Мета статті. Метою статті є дослідження методів прогнозування

показників діяльності підприємства. обґрунтування основних етапів аналітичного процесу прогнозування, здійснення планування прибутку підприємства на основі виявленого взаємозв'язку між фінансовою політикою й здатністю підприємства здійснювати нові інвестиції.

Результати дослідження. Дослідження останніх публікацій дає можливість представити планування як науково обґрунтований опис можливих станів об'єктів у майбутньому, а також альтернативних шляхів і строків досягнення цього стану. Процес розробки прогнозів – прогнозування (від греч. *prognosis* - передбачення). Говорячи про економічні об'єкти, зокрема про підприємства, у спеціальній літературі його визначають як систему цільових показників розвитку економічної системи, а також вказівку на етапи й способи їхнього досягнення, розподіл ресурсів, визначення очікуваних результатів і способів їхнього використання. Одна з основних характеристик планів і прогнозів це випереджальний характер інформації, що міститься в них, що відрізняє передбачення від економічного аналізу й статистики [14, 16].

Дослідження спеціальної літератури показало, що при прогнозуванні й плануванні можуть бути використані однакові методи й показники, що будуються на основі загальної інформаційної бази. Прогнозування передуює розробці плану, але може також впливати за ним, визначаючи можливості досягнення запланованих рівнів показників [14, 16].

Критерії вибору форми планування:

- повнота (потрібно врахувати все);
- деталізація (глибина її визначається метою планування);
- точність;
- простота і ясність;
- безперервність;
- еластичність і гнучкість (використання планових резервів, облік множинності можливих альтернатив, відстрочка деталей планування до з'ясування обстановки, варіантність);
- вирівнювання при плануванні (облік «вузьких місць»);
- економічність.

При оцінці економічності планування варто врахувати його корисність (що звичайно важко) і витрати на планування. Підхід менеджменту до планування може бути здійснений постановкою критеріїв і завдань планування, визначенням засобів планування, методів узгодження планів, напрямків і методів планування. Варто чітко визначити: об'єкт планування; суб'єкт планування; період планування; засіб планування; методіку планування; узгодження планів.

Будь-яке підприємство має ієрархію планів [14, 16]. У ряді співвідпорядкованості можна розрізнити наступні види планування:

- загальне (довгострокове основне, концепція фірми);
- стратегічне (довгостроковий розвиток фірми, сфер побуту, виробництва, персоналу);

– тактичне (умов господарських операцій – виробничих потужностей, засобів виробництва, капіталів, інвестицій, персоналу й т.д.);

– оперативне планування (конкретних дій на короткостроковий період).

Звичайно найважливіші питання планування – ринки збуту.

Прогнози займають провідне (вихідне) положення у всій системі прогнозів і планів фірми. Основними об'єктами прогнозування на рівні підприємства є [14, 16]:

– потреба в продукції підприємства;

– потреби підприємства у виробничих ресурсах (матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних).

Дослідження спеціальної літератури показало, що всі методи прогнозування можна розділити на дві групи:

– неформалізовані (евристичні: індивідуальні експертні оцінки; колективні експертні оцінки; написання сценаріїв і т.д.);

– формалізовані (методи екстраполяції; моделювання).

Вибір методу обробки результатів експертизи визначається метою аналізу. Основними завданнями проведення експертизи є оцінка показників або їхнє ранжирування.

Так, в разі необхідності оцінки значення n кількісних показників x_1, x_2, \dots, x_n залучаються експерти. Після чого розраховується середнє. Якщо оцінка дана не всіма експертами, то підсумовування ведеться тільки по числу експертів, які таку оцінку дали, а сума оцінок ділиться на їхнє число. Для визначення ступеня розкиду окремих оцінок і погодженості думок експертів розраховуються дисперсія, середнє квадратичне відхилення й коефіцієнт варіації [14, 16].

Сутність ранжирування полягає в тім, що кожний експерт розташовує фактор або об'єкти один по одному убування або зростання їхньої важливості виходячи із власної індивідуальної оцінки. Кожному факторові надається порядковий номер того місця, що займає фактор (на думку даного експерта) у ранжируванні послідовності [14, 16].

Вихідним у плануванні є економічний аналіз використання в тому числі фінансових ресурсів за минулий період. Для виявлення тенденцій розвитку підприємства аналізують:

– зміни в обсязі продажів у цілому й по основних видах продукції;

– зміни у величині прибутку, рентабельності;

– обсяги й ефективність інвестицій і ін.

Щоб зібрати такі дані, необхідні добре налагоджений управлінський і бухгалтерський облік, особиста участь працівників бухгалтерії й керівників планово-фінансових служб, знання динаміки показників бухгалтерського балансу й звіту про прибутки й збитки.

Не менш важливий для проведення обґрунтованих фінансових розрахунків коефіцієнтний метод визначення величини доходів і витрат [14, 16]. За допомогою коефіцієнтів, що базуються на досягненнях минулого періоду, трохи уточнених, розраховують передбачувані доходи й витрати,

платежі в бюджет і позабюджетні фонди. Сутність нормативного методу планування полягає в тім, що на основі заздалегідь установлених норм і техніко-економічних нормативів розраховують потреба підприємства у фінансових ресурсах і їхніх джерелах. Сутність балансового методу полягає в узгодженні витрат із джерелами покриття, у взаємозв'язку всіх розділів плану між собою, а також фінансових і виробничих показників. Балансовий метод традиційно застосовують при розподілі прибутку, плануванні фінансових фондів – нагромадження, споживання й ін.

Визначимо взаємозв'язок між фінансовою політикою й здатністю підприємства здійснювати нові інвестиції. Установимо залежність між величиною потреби в додатковому зовнішнім фінансуванні (ЗФ) і ростом обсягу продажів. Для цього використовуємо Звіт про прибутки й збитки й Баланс дочірнього підприємства «Левона-С» (Далі – ДП) (табл. 1, 2).

Таблиця 1.

Звіт про фінансові результати ДП «Левона-С» за 2010 рік

Показник	Сума	Відсоток від обсягу продажів
Обсяг продажів, тис. грн	500	100
Витрати, тис. грн	400	80
Прибуток до оподаткування, тис. грн	100	20
Податок на прибуток, тис. грн	20	–
Чистий прибуток, тис. грн	80	–
у тому числі нерозподілених, тис. грн	53	–

Таблиця 2.

Баланс ДП «Левона-С» за 2010 рік

Активи	Сума, тис. грн.	Відсоток від обсягу продажів	Пасиви	Сума, тис. грн.	Відсоток від обсягу продажів
Необоротні активи	300	60	Власний капітал	250	–
Оборотні активи	200	40	Позиковий капітал	250	–
Усього, активи	500	100	Усього, пасиви	500	–

Суми короткострокових і довгострокових зобов'язань показані в балансі загальною величиною. Допустимо, що короткострокові зобов'язання не міняються залежно від обсягів продажів. Якщо ж які-небудь короткострокові зобов'язання (наприклад, кредиторська заборгованість) міняються залежно від обсягів продажів, будемо вважати, що їх компенсують зміни в оборотних коштах. Підприємство очікує в наступному році збільшення обсягу продажів на 20 % (або на 100 тис. грн.). Використовуючи процентну залежність від обсягу продажів і наявні дані, складемо план фінансових результатів і

прогнозний баланс (табл. 3 і 4).

Таблиця 3.

План фінансових результатів ДП «Левона-С» на 2011 р.

Показник	Сума, тис. грн	Відсоток від обсягу продажів
Обсяг продажів, тис. грн	600	100
Витрати, тис. грн	480	80
Прибуток до оподаткування, тис. грн	120	20
Податок на прибуток, тис. грн	24	–
Чистий прибуток, тис. грн	96	–
у тому числі нерозподілений, тис. грн	64	–

Таблиця 4.

Прогнозний баланс ДП «Левона-С» на 2011 р.

Активи	Сума, тис. грн.	Відсоток від обсягу продажів	Пасиви	Сума, тис. грн.	Відсоток від обсягу продажів
Необоротні активи	360	60	Власний капітал	314	–
Оборотні активи	240	40	Позиковий капітал	286	–
Усього, активи	600	100	Усього, пасиви	600	–

Як треба з табл. 3 і 4, при 20 % рості підприємству будуть потрібні додаткові активи на суму 100 тис. грн. Очікуване збільшення нерозподіленого прибутку складе 64 тис. грн., тому необхідне зовнішнє фінансування складе: $ЗФ = 100 - 64 = 36$ (тис. грн.). Зовнішнє фінансування (ЗФ) у розмірі 36 тис. грн. повинне бути отримане у вигляді позики. Нова загальна заборгованість складе 286 тис. грн. Відношення позикових засобів до власного капіталу (фінансовий важіль) знизиться з 1,0 до 0,91 (286 тис. грн. / 314 тис. грн.).

У таблиці 5 розраховані показники плану прибутків і збитків на 2011 р. при різних темпах росту підприємства. У таблиці 6 розраховані значення величини зовнішнього фінансування, очікуваної нерозподіленого прибутку й фінансового важеля ДП «Левона-С».

При визначенні структури фінансування припустимо, що всі необхідні засоби будуть отримані за допомогою позикових джерел, а всі надлишки засобів будуть використані для виплати боргу.

Таблиця 5.

План фінансових результатів ДП «Левона-С» на 2011 р.

Показник, тис. грн.	Очікуване зростання обсягу продажів, %						
	0	5	10	15	20	25	30

Виторг (100 %)	500	525	550	575	600	625	650
Витрати (80 %)	400	420	440	460	480	500	520
Прибуток до оподаткування	100	105	110	115	120	125	150
Податок на прибуток	20	21	22	23	24	25	26
Чистий прибуток, у тому числі нерозподілений	80	84	88	92	96	100	104
	53	56	59	62	64	67	70

Таблиця 6.

Прогнозні темпи росту ДП «Левона-С» і необхідне зовнішнє фінансування

Очікуваний ріст обсягу продажів, %	Необхідне збільшення активів, тис. грн.	Нерозподілений прибуток, тис. грн.	Необхідне додаткове фінансування, тис. грн.	Співвідношення позикового й власного капіталу, частка
0	0	53	- 53	0,65
5	25	56	- 31	0,72
10	50	58	- 8	0,78
15	75	62	13	0,84
20	100	64	36	0,91
25	125	67	58	0,97
30	150	70	80	1,03

Як можна побачити з табл. 6, у випадку нульового росту заборгованість ДП «Левона-С» знижується на 53 тис. грн. (величину нерозподіленого прибутку), з 250 тис. грн. до 197 тис. грн. Для відносно невеликих темпів росту підприємство ДП «Левона-С» буде мати позитивне сальдо, і відношення позикового капіталу до власного буде знижуватися. Як тільки коефіцієнт росту перевищить 15 %, надлишок засобів зміниться на їхній дефіцит. Рис. 1 більш наочно ілюструє зв'язок між необхідним ростом активів і очікуваним збільшенням нерозподіленого прибутку.

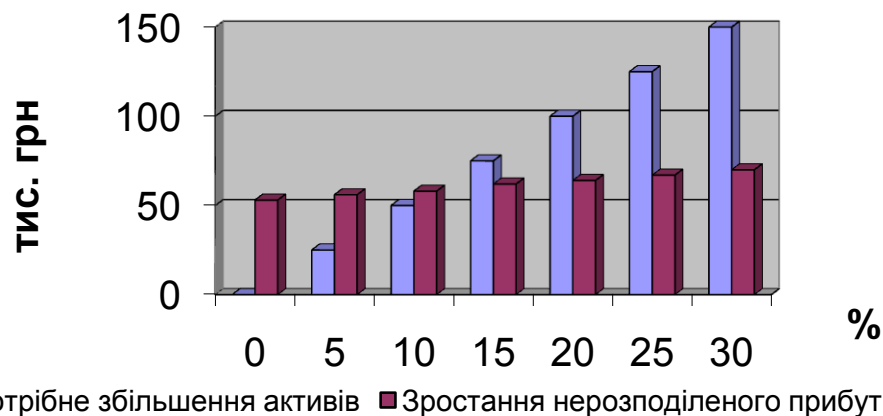


Рис. 1. Взаємозв'язок зростання активів підприємства та нерозподіленого прибутку

З рис. 1 видно, що потреба в нових активах зростає більшими темпами,

чим нерозподілений прибуток, а внутрішні засоби, одержувані від збільшення нерозподіленого прибутку, швидко зменшуються.

Висновки. Таким чином, необхідність в прогнозуванні обумовлена об'єктивними потребами функціонування та розвитку підприємства. Прогнозування займає центральне місце в процесі управління підприємством. Вибір інструментарію прогнозування обумовлюється цілями, об'єктами та іншими параметрами. Розрахований прогноз прибутку підприємства на основі виявленого взаємозв'язку між фінансовою політикою й здатністю підприємства здійснювати нові інвестиції може бути покладений в основу подальшого плану розвитку підприємства.

Список літератури: 1. *Лихачева О.Н., Щуров С.А.* Долгосрочная и краткосрочная финансовая политика предприятия: учеб. пособие / под ред. И.Я. Лукасевича. – М.: Вузовский учебник, 2007. – Гл. 3. 2. *Финансовый менеджмент: учеб.* / Колл. авт.; под ред. проф. Е.И. Шохина. – М.: КноРус, 2008. – Гл. 12. 3. *Многомерный статистический анализ в экономике.* / Под редакцией В.Н. Тамашевича. – М.: Статистика, 1999. 4. *Мухамедиев Б.М.* Эконометрика и эконометрическое прогнозирование. // Мухамедиев Б.М. / Навч. Посібн. – Алматы, 2007. 5. *Многомерные статистические методы* / Дубров А.М., Мхитарян В.С., Трошин Л.И. – М.: Статистика, 2003. 6. *Ван Хорн Дж.* Основы управления финансами / Дж. Ван Хорн Пер с англ. – М.: Финансы и статистика, 1997. 7. *Гордієнко П.Л.* Стратегічний аналіз // П.Л. Гордієнко / Навч. посібник – К.: Алерта, 2006.

Надійшла до редколегії 18.04.2011.