**РОЗДІЛ 3. ЗАХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «ІЛЕМ»**

**3.1. Аналіз ділової активності підприємств в умовах світової фінансової кризи**

Під фінансовою кризою розуміють фазу розбалансованої діяльності підприємства та обмежених можливостей його впливу на фінансові відносини. На практиці з кризою, як правило, ідентифікується загроза неплатоспроможності та банкрутства підприємства, діяльність його в неприбутковій зоні або брак у фірми потенціалу для успішного функціонування.

З позиції фінансового менеджменту кризовий стан підприємства полягає в його неспроможності здійснювати фінансове забезпечення поточної виробничої діяльності.

Негативні наслідки фінансової кризи для підприємств України, що характеризуються спадом обсягів виробництва, виникненням ознак нестабільності у банківському секторі, зростанням курсу долара до гривні та ставки банківського кредитування актуалізують значення економічного аналізу, як функції управління та сучасного інструменту моніторингу, діагностики та оцінки результативності підприємницької діяльності. Розвиток підприємницької діяльності в Україні супроводжується не лише кризовими явищами та нестабільність економічного розвитку, а й неодноразовими намаганнями удосконалити податкову систему, що, як правило, обмежувалось запровадженням окремих законодавчих актів та було недостатньо адекватним до стану економіки, а тому збільшувалися обсяги тіньового обороту. При дослідженні кризових явищ економіки України, вітчизняні вчені, як правило, надають перевагу макроекономічним показникам. При вивченні позицій вітчизняних учених (О. Василика, М. Монтеса, С. Мочерного, К. Рудого й інших) про суть фінансової кризи можна припустити, що у сучасному науково-термінологічному обігу найбільш усталеним є розуміння фінансової кризи як порушення рівноваги у функціонуванні системи фінансових відносин, що проявляється в суттєвому падінні ВВП, дестабілізації процесу формування та розподілу коштів держави.

Але варто зазначити, що при нестабільній ситуації в економіці, скороченні прямих іноземних інвестицій та відмові інвесторів від входження в Україну, зменшенні обсягів кредитування відбувається зниження ділової активності суб’єктів підприємницької діяльності. Для управління підприємницькою діяльністю в умовах нестабільної економічної ситуації, необхідно використати можливості економічного аналізу як засобу, який сприяє управлінню підприємством. Важлива роль аналізу пояснюється можливістю оцінити результати та виробити стратегію і тактику розвитку діяльності підприємства, передбачити ризики та запобігти можливому банкрутству. Роль та значення економічного аналізу в умовах кризи влучно охарактеризував М. Чумаченко, який вважає, що «криза економіки України потребує активної аналітичної роботи, бо саме економічний аналіз дає змогу виявити й кількісно виразити залежності між результатами діяльності підприємств та ресурсами, заробітком, формами власності. Економічний аналіз сприяє бережливості, умілому витрачанню всіх видів засобів, ліквідації безгосподарності, непродуктивних витрат і втрат». А тому, на думку професора Є. Мниха, у процесах сучасного державного регулювання розвитку економіки в цілому та забезпечення ефективного виробничо-фінансового менеджменту кожного господарюючого сегменту необхідно підвищувати якість і оперативність аналітичних досліджень і при цьому «пріоритетною є реалізація його діагностичної та пошукової функції в умовах невизначеності поведінки та мотивації господарюючого суб’єкта, перманентних змін нормативно-правового регулювання економічних процесів, зміни співвідношення контрольованості секторів національної економіки, можливостей корпоративного лобіювання економічних інтересів».

Як вказують Н. Поліщук та С. Сковородько, «в ситуації, що склалася сьогодні в Україні, роль економічного аналізу значно зростає, особливо в умовах виникнення кризових явищ на підприємстві, коли саме завдяки проведенню комплексного економічного аналізу вдається визначити причини кризи та розробити і обґрунтувати можливі шляхи виходу з криз. Господарська діяльність підприємства може бути охарактеризована різними показниками, але основним, при умові дефіциту фінансування підприємств, є аналітичні показники ділової активності. Науково-теоретичні підходи до оцінки ділової активності у науковій літературі різні, дослідженням проблеми розрахунку і інтерпретації показників ділової активності займалися вітчизняні і зарубіжні вчені В. Бочаров, І. Лазаришина, М. Чумаченко, С. Шкарабан, які підкреслюють методологічні підходи щодо аналізу ділової активності підприємства шляхом узагальнення якісних та кількісних критеріїв.

Кожна складова показників ділової активності доповнює характеристику діяльності підприємства, але особливу увагу привертають на відносні показники. Важливою перевагою коефіцієнтів є те, що вони нівелюють перекручування впливу інфляції на аналітичні показники, що особливо актуально при оцінці діяльності підприємств у сучасних умовах. Водночас, необхідно враховувати, що коефіцієнти не мають універсального значення і можуть розглядатися як орієнтовні індикатори найболючіших місць діяльності підприємства. Відносні показники ділової активності характеризують ефективність використання ресурсів підприємства і дають можливість оцінити фінансовий стан підприємства з позиції швидкості трансформації авансованого капіталу у грошові кошти, достатності виробничого потенціалу, ефективності використання власного капіталу в умовах скорочення і подорожчання позикового капіталу. Отже, при відсутності зовнішніх джерел фінансування, зокрема банківських кредитів, приплив ресурсів може бути забезпечений за рахунок внутрішніх джерел – власного капіталу, але важливим є раціональне та ефективне використання робочого капіталу, а тому при аналізі діяльності підприємств пріоритетними є показники ділової активності та оборотності активів.

Важливими показниками ефективності використання активів є оборотність активів і зокрема товарно-матеріальних запасів, які призначені для оцінки відповідності оборотних активів (або запасів) відносно поточного та прогнозного доходу від реалізації товарів (робіт, послуг) продажу. Збільшення питомої ваги виробничих запасів у структурі активів свідчить про: зростання виробничого потенціалу підприємства; прагнення за рахунок вкладів у виробничі запаси захистити грошові кошти підприємства від знецінення під впливом інфляції; нераціональність обраної господарської стратегії, внаслідок чого значна частина поточних активів іммобілізована в запасах, ліквідність яких може бути незначною. Зростання товарно-матеріальних запасів, характерне в умовах інфляції, потребує залучення кредитів, що, в свою чергу, може вплинути, враховуючи високі кредитні ставки, на платоспроможність підприємства. При цьому абсолютне чи відносне зростання оборотних активів може свідчити не тільки про розширення виробництва або дію факторів інфляції, але й про уповільнення їх обороту. У першу чергу про це свідчать показники оборотності дебіторської заборгованості. При аналізі ділової активності в умовах фінансової кризи й обмеженості джерел фінансування доречно визначити показник робочого капіталу (Рк), як різницю між оборотними активами підприємства та поточними зобов’язаннями. Визначена сума робочого капіталу свідчить, що підприємство має фінансові ресурси для розширення діяльності.

Оцінюючи динаміку основних показників, необхідно зіставити темпи їхньої зміни. Оптимальним є співвідношення, що ґрунтується на взаємозв’язку ТРП>ТОР>ТА>100%, де відповідно темпи зміни прибутку більші за темпи зростання обсягу реалізації товарів (робіт, послуг) та темпів зростання активів (авансованого капіталу). Дане співвідношення означає – якщо прибуток підприємства зростає більш високими темпами ніж обсяг продаж продукції, і крім того обсяг продажу продукції зростає більш високими темпами, ніж активи, то ресурси підприємства використовуються ефективніше. Така залежність означає, що економічний потенціал підприємства зростає; ресурси підприємства використовуються ефективніше, оскільки економічний потенціал зростає більш високими темпами ніж обсяг реалізації; прибуток. Це співвідношення у світовій практиці одержало назву «золоте правило економіки підприємства»

Досліджуючи практичні показники, В. Бочаров стверджує, що за оцінками спеціалістів-аналітиків підприємство має можливість отримати економію при раціональному управлінні фінансами, зокрема: 50% економії можна одержати при раціональному управлінні матеріально-виробничими запасами, 40% – управління готовою продукцією і дебіторською заборгованістю, 10% – управління технологічним процесом. [13, 390]

**3.2**. **Шляхи прийняття управлінських рішень щодо покращення ділової активності і ефективності діяльності ПрАТ «ІЛЕМ»**

Найважливішою характеристикою діяльності підприємства є його фінансовий стан, так як він відбиває сукупність усіх чинників, що визначають діяльність підприємства: обсяг робіт, якість продукції, взаємовідносини з постачальниками і замовниками, виручку від реалізації, розмір прибутку, наявність власного капіталу, вартість і стан основних засобів, обігових коштів, структуру коштів, дебіторської і кредиторської заборгованостей.

Способи підвищення та стабілізації рівня ділової активності:

1. Високий (достатній). Нормальна проблема:

* сприятливе функціонування суб'єкта господарювання;
* моніторинг рівня ділової активності;
* нормалізація поточної діяльності суб'єкта господарювання;
* ретельне вивчення та аналіз інформаційних потоків;
* оперативне управління та швидке реагування на проблемні питання.

2. Середній (задовільний). Нормальна проблемна:

* формування стійкої тенденції до погіршення стану суб'єкта господарювання;
* моніторинг рівня ділової активності;
* швидке реагування на проблемні питання;
* пошук та прийняття обґрунтованих управлінських рішень;
* досконале вивчення інформаційних потоків;
* експрес-аналіз рівня ділової активності;
* експрес-прогноз рівня ділової активності.

3. Низький (незадовільний). Проблемна кризова:

* формування стійкої тенденції погіршення стану суб'єкта господарювання;
* моніторинг рівня ділової активності;
* оперативне реагування на проблемні питання;
* локалізація ризикової ситуації відповідно до джерел її виникнення;
* зміна стилю керівництва за умов кризової ситуації;
* експрес-аналіз рівня ділової активності;
* експрес-контроль рівня ділової активності;
* експрес-прогноз рівня ділової активності.

Фінансові труднощі на підприємстві сьогодні обумовлені синергічним поєднанням негативних наслідків світової фінансової кризи, а також рядом внутрішніх проблем, що характерні для більшості вітчизняних підприємств.

Сьогодні підприємство стикаються як із зовнішніми, так із внутрішніми факторами виникнення фінансової кризи. Вплив зовнішніх факторів має, в основному, загальноекономічний, об’єктивний, стратегічний характер, але він підсилюється впливом цілого ряду ринкових та політичних факторів. Внутрішні фактори впливають на результати діяльності підприємства і напряму пов'язані з його операційною (маркетингова політика, структура поточних витрат, виробничий менеджмент тощо), інвестиційною (інвестиційні вкладення, інвестиційна стратегія та інвестиційний менеджмент тощо) та фінансовою (структура активів та зобов’язань, фінансова стратегія та фінансовий менеджмент тощо) діяльністю.

Стратегія подолання наслідків світової фінансової кризи на підприємстві передбачає розробку ефективного дієвого механізму діагностики кризового стану суб’єкта господарювання. При цьому збільшується рівень вимог до керівників, які приймають важливі стратегічні рішення.

Управління підприємством в умовах світової фінансової кризи– це сукупність методів, спрямованих, з одного боку, на зменшення поточних витрат, збільшення надходжень грошових ресурсів, необхідних для виконання зобов’язань, а з другого боку – на зростання обсягів замовлень та реалізації і, відповідно, отримання прибутку. При цьому досить значущим є використання нових прийомів управління, а саме: використання ноу-хау, позиціонування торгівельної марки, створення конкурентоздатної якісної продукції, цінова політика тощо.

Оскільки основні напрями подолання світової фінансової кризи не можуть фінансуватися тільки за рахунок внутрішніх джерел, то виникає необхідність залучення позикових коштів, що сьогодні є особливо складною проблемою. Тому важливо визначити оптимальне співвідношення та послідовність всіх дій механізму антикризового управління суб’єктом господарювання.

Слід підкреслити актуальність застосування таких методів подолання наслідків світової фінансової кризи на підприємстві:

* зменшення витрат (телефонні розмови, відрядження, зменшення автомобільних перевезень персоналу підприємства, переглянути норми витрат сировини та матеріалів на виготовлення одиниці готової продукції, перехід з 3-х змінної роботи підприємства на 2-х змінну);
* збільшення надходження коштів (залучення позикових коштів для придбання нового, більш ефективного обладнання, залучення інвестицій);
* формування портфелю технологій виробництва відповідно до умов кризового стану ринку;
* корегування збутової політики і менеджменту персоналу (можливість переходу деяких працівників на неповний робочий місяць, відмінити преміювання).

При цьому одним із важливих факторів підвищення ділової активності є скорочення фінансового циклу, тобто періоду обороту чистого оборотного капіталу при збереженні відповідного співвідношення між термінами погашення дебіторської і кредиторської заборгованості. При цьому необхідно пам’ятати, що ефект прискорення оборотності оборотних активів призводить до вивільнення грошових коштів

Ефективне антикризове управління – це, передусім, управління, яке базується на вмінні правильно застосовувати досягнення сучасного менеджменту та характеризується здатністю підприємства своєчасно та конструктивно реагувати на зміни, що загрожують його нор­мальному функціонуванню. Важливою умовою є зміни у сфері прийняття антикризових управлінських рішень.

Під резервами підвищення економічної ефективності виробництва розуміють невикористані можливості збільшення випуску продукції в розрахунку на одиницю сукупних витрат завдяки більш раціональному використанню усіх видів ресурсів підприємства.

Основні фактори підвищення ефективності виробництва - це підвищення його технічного рівня, вдосконалення управління, організації виробництва і праці, зміна обсягу і структури виробництва, поліпшення якості природних ресурсів та інші.

Підвищення ефективності діяльності підприємства здійснюється за рахунок прискорення обертання ресурсів і скорочення періоду їх обороту.

Збільшення числа обертів можливе шляхом скорочення періоду виробництва або скорочення періоду обігу.

Скорочення періоду виробництва потребує вдосконалення технології, модернізації і автоматизації виробництва.

Скорочення періоду обігу потребує більш ефективного і раціонального використання ресурсів, прискорення документооброту і розрахунків.

 Чим швидше обертаються ресурси підприємства, тим менший обсяг їх потрібен для здійснення операційної діяльності і тим ефективніше діяльність підприємства.

Серед основних шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства можна виділити два напрямки підвищення вище згаданих показників – організаційний, технологічний та ресурсний.

В межах *організаційного напрямку* здійснюється пошук можливостей підвищення ефективності тих процесів, що відбуваються на підприємстві. При цьому насамперед увага звертається на ефективність управління.

Важливою складовою ефективності підприємства, а отже, і значним резервом її підвищення, є організація виробничого процесу. У конкретних умовах підприємства слід проаналізувати всі аспекти, що визначають ефективність організації робіт – від рівня робочого місця окремого робітника чи спеціаліста до рівня підприємства в цілому. Для виробничих підприємств, ураховуючи, звичайно, специфіку їх діяльності, особливу увагу треба звертати на можливості застосування більш ефективних типів виробництва (масового, великосерійного).

В межах *технологічного напрямку* основним є вирішення проблеми технологічного відставання особливо актуальне для українських підприємств. Причому проблема ця є комплексною і має, принаймні, два компоненти: матеріальний та нематеріальний. Перший з них - це удосконалення технічної бази, а другий - організаційно-правові проблеми. На думку багатьох економістів, подолання технічного і технологічного відставання потребує не просто переходу на сучасні технології, а впровадження комплексу відносин, що називається корпоративною культурою. Така культура має запозичуватись, звичайно, у найпередовіших компаній з тривалим досвідом роботи в ринковому середовищі.

*Ресурсний напрямок* відображає першочергову необхідність аналізу ефективності використання наявної матеріальної бази виробництва та живої праці. При цьому слід враховувати рівень завантаження обладнання в часі, структуру собівартості продукції, що виготовляється, з точки зору співвідношення в ній часток амортизації, матеріальних витрат, витрат на оплату праці. Зазначені показники слід розглянути в динаміці, а також по можливості порівняти з показниками найближчих конкурентів. Для оборотних фондів найважливішим показником є швидкість їх обороту, отже, слід проаналізувати чинники її збільшення, зокрема такі:

- зменшення обсягів незавершеного виробництва;

- удосконалення системи матеріально-технічного забезпечення з метою оптимізації виробничих запасів;

- прискорення реалізації готової продукції (активізація маркетингової діяльності);

- зменшення обсягів дебіторської заборгованості.

Крім того, слід звернути увагу і на інші напрямки раціоналізації використання матеріальних ресурсів: проаналізувати основні причини втрат та нераціонального використання ресурсів; забезпечити обґрунтоване нормування витрат матеріалів; організувати використання вторинних ресурсів; створити систему заохочення за економію сировини, енергії та матеріалів й відпрацювати її дійовість; акцентувати увагу на використанні сучасних високотехнологічних матеріалів.

Щодо аналізу ефективності використання трудового потенціалу підприємства, то тут слід зосередити увагу на таких аспектах: внутрішньозмінні втрати робочого часу; втрати робочого часу внаслідок плинності кадрів; рівень використання засобів механізації, автоматизації праці та комп'ютерної техніки; аналіз системи стимулювання працюючих; визначення професійно-кваліфікаційної структури працюючих. [16]

**3.3. Методи підвищення прибутковості підприємства**

Одними із головних шляхів підвищення ділової активності і ефективності діяльності підприємства є прийняття управлівлінського рішення про підвищення прибутковості підприємства та скорочення виробничого циклу.

Показники прибутковості характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності (виробничою, підприємницькою, інвестиційною), окупність витрат і т.д. Вони більш повно, чим прибуток, відображають остаточні результати господарювання, тому що їх величина показує співвідношення ефекту з наявними або використаними ресурсами. Їх використовують для оцінки підприємства і як інструмент в інвестиційній політиці і ціноутворенні.

Збільшення показників прибутковості підприємства значною мірою залежить від зростання чистого прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків. Адже в умовах ринкової економіки чистий прибуток є основою економічного та соціального розвитку підприємства. Для підвищення прибутковості підприємства потрібно:

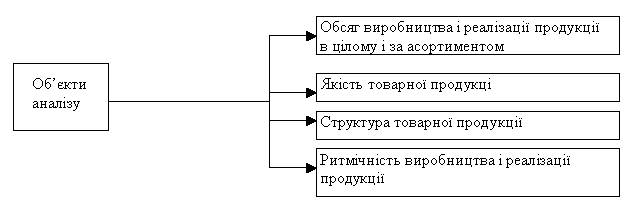
1. нарощувати обсяги виробництва і реалізації товарів, робіт, послуг;
2. здійснювати заходи щодо підвищення продуктивності праці своїх працівників;
3. зменшувати витрати на виробництво (реалізацію) продукції, тобто знижувати її собівартість;
4. з максимальною віддачею використовувати потенціал, що є в розпорядженні підприємства, в тому числі і фінансові ресурси;
5. кваліфіковано, зі знанням справи здійснювати цінову політику, оскільки на ринку діють переважно вільні (договірні) ціни;
6. грамотно будувати договірні відносини з постачальниками, посередниками, покупцями;
7. вміти найдоцільніше розміщувати (вкладати) одержаний раніше прибуток з точки зору досягнення оптимального ефекту.

Останні три напрями чималою мірою залежать від сумлінності, кваліфікації економістів, бухгалтерів, фінансистів.

На нашу думку одним із самих оптимальних варіантів підвищення прибутковості ПрАТ «ІЛЕМ» є збільшувати обсяги виробництва і реалізації товарів, робіт, послуг.

Аналіз діяльності підприємства потрібно розпочинати з вивчення обсягу виробництва, бо від цього залежить розвиток економіки країни, задоволення потреб населення продукцією, яку випускає підприємство.

Від обсягу, складу, асортименту та якості випущеної продукції залежить і обсяг реалізованої продукції, її собівартість, прибутковість, рентабельність, оборотність оборотних коштів, платоспроможність та інші показники, що характеризують виробництво.

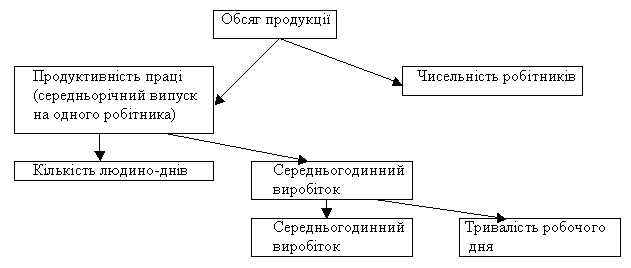
  
Рис. 3.1. Об’єкти аналізу виробництва та реалізації продукції.

Валова продукція – вартість усієї виробленої продукції, включаючи незавершене виробництво, виражається, як правило, у порівняльних цінах.  
Товарна продукція – вартість виробленої продукції, але без залишків незавершеного виробництва і внутрішньогосподарського обороту. Виражається в оптових цінах звітного року. Якщо на підприємстві відсутні залишки незавершеного виробництва і внутрішньогосподарських оборотів, то ВП = ТП.

Реалізована продукція – відвантажена продукція, визначається у діючих цінах (оптових, договірних).

Основні групи факторів зміни обсягу продукції зображено на рис. 3.2.

  
Рис. 3.2. Основні групи факторів зміни обсягу продукції

  
Рис. 3.3. Модель факторної системи обсягу продукції

Для забезпечення більш повного задоволення потреб населення у продукції, необхідно, щоб підприємство ПрАТ «ІЛЕМ» виконало план не лише по загальному обсягу продукції, але й по асортименту (номенклатурі).

Особливо важливе значення має для ПрАТ «ІЛЕМ» виконання контрактів на поставку товарів для державних потреб. Це гарантує підприємству збут продукції, своєчасну її оплату, пільгу по податкам і т.п.

Номенклатура – це план випуску виробів у натуральних одиницях (загальносоюзний класифікатор промислової продукції, яка діє на території СНД).

Асортимент – перелік найменувань продукції із зазначенням її обсягу випуску по кожному виду чи обсяг, встановлений планом, або це сукупність виробів, що випускаються за різними властивостями і в різній кількості.

План по номенклатурі виконано – це означає, що підприємство випустило всі назви виробу. План по асортименту вважається виконаним, якщо він виконаний або перевиконаний за всіма без винятку видами продукції. Якщо хоча б по одному виробу план не виконано, то і в цілому план по асортименту не виконано.

Аналіз виконують шляхом порівняння фактичного і планового випуску продукції по виробу.

Оцінка виконання плану по асортименту може виконуватись:

а) за способом найменшого відсотку (%);

б) за питомою вагою окремих виробів, за якими не виконано план;

в) за середнім відсотком, який розраховується шляхом ділення загального фактичного випуску продукції в межах плану на загальний плановий випуск продукції.

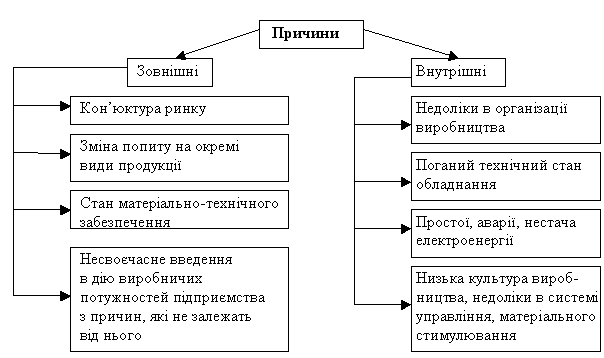
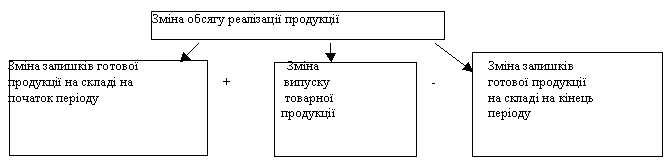
На рис. 3.4. зображено причини невиконання плану по асортименту.  


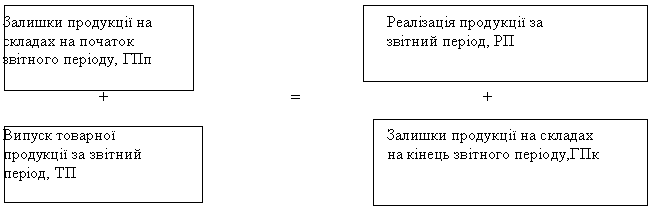
Рис. 3.4. Причини невиконання плану по асортименту

У процесі аналізу необхідно вивчати зміни не лише в обсязі виробництва товарної продукції, але і в обсязі реалізації, бо від цього залежать фінансові результати підприємства, його фінансовий стан, платоспроможність і т.п.

Аналіз реалізації продукції проводиться щомісяця, щокварталу, кожне півріччя, щороку. У процесі його фактичні данні порівнюють з плановими, за попередні періоди, розраховують процент виконання плану, абсолютне відхилення від плану, темпи росту і приросту за проміжок часу, що аналізується, абсолютне значення однопроцентного приросту.

Реалізована продукція - це відвантажена продукція. Фактори, які впливають на обсяг реалізації, наведено на рис. 3.5.

  
Рис. 3.5. Структурно-логічна модель факторної системи обсягу реалізації продукції

Між реалізованою і виготовленою продукцією існує зв’язок (рис. 3.6).  
  
Рис. 3.6. Зв’язок між реалізованою і виготовленою продукцією

Аналіз реалізації продукції тісно пов’язаний з аналізом виконання договірних зобов’язань по поставках продукції. Виконання плану за договорами призводить до зменшення прибутку, виручки, виплати штрафних санкцій. Крім того, в умовах ринку підприємство може втратити ринки збуту продукції, що спричинить спад виробництва. [16]

ПрАТ «ІЛЕМ» виготовляє пластикові вікна. На підприємстві застосовуються тільки профілі німецького виробництва. Віконні профіля виготовляються з RAU-PVC непластифікованого, призначеного спеціально для зовнішнього застосування полівінілхлориду з високою ударною в’язкістю згідно DIN 7748.301.89 без додавання кадмію. Для відкривної частини металопластикового вікна застосовується фурнітура німецького виробника G-U Gretch-Unitas BKS це європейський лідер у виробництві фурнітурних комплектуючих для виготовлення металопластикових вікон , а також безумовний носій ідей та іновацій, що визначають майбутній розвиток віконної технології в цілому.

Ретельний підхід у виборі постачальників комплектуючих і работа з кращими - є одним з головних принципів роботи підприємства. Для виробництва вікон ПВХ (пластикових вікон) використовується тільки [німецький ПВХ профіль VEKA](http://okna-pwh.com/pvhiplastikovijprofilvekasoftl.htm) і [німецьку фурнітуру ROTO FRANK](http://okna-pwh.com/furnituraizaporniemehanizmi.htm).

Якість вироблюваної продукції підтверджена сертифікатом відповідності, діяльність компанії ліцензована. Продаж вікон здійснюється через спеціально організовану власну мережу реалізації продукції. Для зручності замовників в структурі підприємства ПрАТ «ІЛЕМ» була організована власна служба доставки вікон і служба монтажу. На сьогоднішній день компанія має в своєму розпорядженні потужний ресурс як по виробництву вікон, так і по їх монтажу.

Сучасні типові пластикові вікна демонструють високі показники якості. Адже їх проводять тільки з найсучасніших матеріалів. ПВХ (полівінілхлорид) як і раніше зберігає свої позиції як найбільш популярну для цього сировину.

Навіть стандартні пластикові вікна ПВХ відрізняють феноменальні показники рівня теплозахисту і звукоізоляції (найважливіші функциональниє характеристики віконних конструкцій).

Хороші пластикові вікна як і інші ПВХ-конструкции експлуатуються без дотримання яких-небудь розпоряджень. Тому що полівінілхлорид є посправжньому довговічним матеріалом:

- морозостійкість,

- водонепроникність,

- вогнетривкість,

- широкі можливості в плані дизайну.

Ці і інші параметри роблять оригінальні і стандартні пластикові вікна невід'ємною часткою сучасного житла, виробничого або офісного приміщення і інших типів будівель.

|  |  |
| --- | --- |
| Тип та конфігурація вікна | Вартість (грн) |
| http://kantal.lviv.ua/images/magazin/img1.jpg | |
| EUROLINE 3-кам.  білого кольору  Звичайний склопакет ( 4-16-4 ) | **1330 грн**. |
| SOFTLINE 5-кам. білого кольору Енергозберігаючий склопакет ( 4-16-4 Low-I ) | **1611 грн.** |
|  | |
| http://kantal.lviv.ua/images/magazin/img2.jpg | |
| EUROLINE 3-кам.  білого кольору  Звичайний склопакет ( 4-16-4 ) | **1807 грн.** |
| SOFTLINE 5-кам. білого кольору Енергозберігаючий склопакет ( 4-16-4 Low-I ) | **2184 грн.** |
|  | |
| http://kantal.lviv.ua/images/magazin/img3.jpg | |
| EUROLINE 3-кам.  білого кольору  Звичайний склопакет ( 4-16-4 ) | **2190 грн.** |
| SOFTLINE 5-кам. білого кольору Енергозберігаючий склопакет ( 4-16-4 Low-I ) | **2657 грн.** |
|  | |
| http://kantal.lviv.ua/images/magazin/img4.jpg  \* по замовчуванню враховано ручку для зовнішнього примикання дверей із защіпкою | |
| EUROLINE 3-кам.  білого кольору  Звичайний склопакет ( 4-16-4 ) | **2257 грн.** |
| SOFTLINE 5-кам. білого кольору Енергозберігаючий склопакет ( 4-16-4 Low-I ) | **2718 грн.** |

Щоб збільшити обсяги реалізації даного підприємства потрібно ціни на товари встановити дещо на нижчому рівні порівняно із конкурентами, щоб завоювати покупців, а через деякий час на рівні конкурентів.

Для досягнення поставлених цілей планується розгорнути рекламну акцію для ознайомлення населення з новими видами товарів, в цьому випадку використовуватимуться такі види реклами, як:

* Рекламне оголошення;
* Рекламні щити;
* Рекламні ролики по радіо;
* Реклами в Internet;
* Реклами на транспорті.

З метою формування громадської думки про ПрАТ «ІЛЕМ», товариство буде налагоджувати співпрацю з районною газетою: для освітлення роботи фірми та її продукції, а також здійснювати доброчинні внески на суспільні потреби (будівництво церков, на ремонт шкіл, дитячих садків, тощо).

Для досягнення поставлених цілей планується розгорнути рекламу магазину з метою ознайомлення споживачів із продукцією.

У таб. 3.1 наведемо можливий перелік рекламних засобів.

Таблиця 3.1.

Пріорітетні напрями використання основних засобів реклами ПрАТ «ІЛЕМ»

|  |  |
| --- | --- |
| ***Вид реклами*** | ***Сума за місяць грн.*** |
| 1. Рекламне оголошення | **80** |
| 2. Рекламні щити | **270** |
| 3. Рекламні ролики по радіо | **150** |
| 4. Реклами в Internet | **70** |
| 5. Реклами на транспорті | **110** |
| **Разом** | **680** |

Пріоритетним напрямком розвитку рекламної сітки фірми буде використання всесвітньої мережі Інтернет, мережевого маркетингу. Масштаби мережевого ринку величезні. Інтернет надає величезні економічні і оперативні переваги для проведення маркетингової діяльності:

* підключення до Інтернет з метою реклами набагато дешевше, ніж використання телебачення і радіо;
* ефективна комбінація інтерактивної роботи в мережі і обробки інформації на своєму робочому місці;
* можливість повторно використовувати і індивідуалізувати рекламні матеріали;
* можливість «присутності» в багатьох місцях в Інтернет.

Ще одним із способів збільшення реалізації продукції на ПрАТ «ІЛЕМ» є створення нового виду продукції (пластикові двері) або внесення чогось нового в товар.

Наприклад, інноваційний метод виготовлення пластикових вікон без вмісту свинцю. Екологічність вікон буде гарантуватиме те, що не буде заподіювання шкоди навколишньому середовищу і здоров’ю людини.

Під час виробництва використовуватиметься тільки екологічна рецептура. Це повною мірою відповідає міжнародним гігієнічним стандартам. Завдяки новій технології віконні профілі отримують значно довший термін життя без істотних змін функціональних якостей. Дана інновація гарантує також безпечну утилізацію профілів в майбутньому.

Розрахуємо, який прибуток отримає підприємство ПрАТ «ІЛЕМ» від реалізації вікон ПВХ та екологічно чистих пластикових вікон.

Прибуток від продажу продукції є основним складником загального прибутку. Це прибуток від операційної діяльності, яка відображає місію і профіль підприємства.

Постійні – це витрати, абсолютна величина яких зі збільшенням (зменшенням) випуску продукції істотно не змінюється.

До постійних належать витрати, пов'язані з обслуговуванням операцій та управлінням виробничою діяльністю цехів, а також витрати на забезпечення господарських потреб виробництва.

Змінні витрати – це ті види витрат, абсолютна величина яких зростає зі збільшенням обсягу випуску продукції і зменшується з його зниженням.

До змінних витрат належать витрати на сировину і матеріали, купівельні комплектуючі вироби, напівфабрикати, технологічне паливо та енергію, на оплату роботи працівникам, зайнятим у виробництві продукції (робіт, послуг) з відрахуваннями на соціальні заходи, а також інші види витрат.

Пластикові вікна - складний промисловий товар, який містить велике число елементів і комплектуючих.  Комплектуючі пластикових вікон покликані надати віконному отвору завершеного вигляду і забезпечити його функціональну досконалість відповідно до загальноприйнятих норм і правил, проте залежно від конкретного окремого випадку ті або інші елементи вікна, аксесуари можуть опинитися в тій чи іншій мірі не затребувані. Серед комплектуючих вікна слід виділити окрему групу - [фурнітура](http://okna-pwh.com/furnituraizaporniemehanizmi.htm), яка відповідає за належне функціонування вікна при його відкриванні-закриванні, за зручність поводження з вікном. Останні елементи вікна (вірніше було б виразитися вікна і віконного отвіра), що не відносяться до фурнітури - самостійні будівельні елементи.

Комплектуючі пластикового вікна і елементи фурнітури:

* [Склопакет](http://okna-pwh.com/steklopaket.htm);
* [Профіль пвх VEKA](http://okna-pwh.com/pvhiplastikovijprofilvekasoftl.htm);
* [Підвіконня](http://okna-pwh.com/podokonnikimuller.htm);
* [Пластикові укоси](http://okna-pwh.com/plastotkosi.htm);
* [Відливши](http://okna-pwh.com/otliv.htm);
* [Блокує відкидання](http://okna-pwh.com/esheodinshagkkomfortu.htm);
* [Протівомоськитная сітка](http://okna-pwh.com/protivomoskitnayasetka.htm);
* [Ступінчастий проветріватель](http://okna-pwh.com/Okna_zimoi.htm);
* [Фіксатор](http://okna-pwh.com/fiksator.htm);
* [Профіль від пилу](http://okna-pwh.com/profilotpili.htm);
* [Щілистий (зимовий) проветріватель](http://okna-pwh.com/shelevoe.htm);
* [Розкладка для склопакета](http://okna-pwh.com/oknasraskladkoj.htm);
* [Фальш-переплет для склопакета](http://okna-pwh.com/oknasraskladkoj.htm);
* [Ексклюзивні кольорові ручки](http://okna-pwh.com/ruchki_cveta.htm).

Більшості виробників ПВХ-профілю в Україні сировина поставляється у вигляді готової суміші або у вигляді окремих компонентів. У останньому випадку суміш готується безпосередньо перед процесом екструзії.

Сировинна суміш містить в собі більше десятка різних компонентів - сам ПВХ, модифікатори, пігменти, стабілізатори і тому подібне. При цьому навіть самі незначні добавки або домішки впливають на кінцеві властивості продукту. Наприклад, оксид титану високої чистоти дозволяє довгі роки забезпечувати збереження білосніжного кольору ПВХ-профілю. Компонент цей недешевий, але якщо використовувати речовину низького рівня чистоти або в недостатній кількості, вікно із отриманого профілю потьмяніє вже через пару років після початку експлуатації.

Перерахованні вище комплектуючі, фурнітура і сировина пластикових вікон, а також технологічне паливо та енергія, заробітна плата працівників складають на підприємстві ПрАТ «ІЛЕМ» змінні витрати.

Дане підприємство за рік реалізує близько 4200 штук вікон ПВХ типу EUROLINE (3-кам.  білого кольору, звичайний склопакет ( 4-16-4 )) по ціні 1330 грн/шт., тобто дохід від реалізації становитиме:

= 4200\*1330 = 5586000 грн/рік

Нехай ПрАТ «ІЛЕМ» випускає екологічно чисті пластикові вікна 4000 шт/рік по ціні 2000 грн/шт. того ж типу EUROLINE, тоді дохід від реалізації дорівнюватиме:

= 4000\*2000 = 8000000 грн/рік

Розрахунок чистого прибутку проведемо в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Розрахунок чистого прибутку ПрАТ «ІЛЕМ»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показники | Вікна ПВХ , грн/рік | Ековікна, грн/рік |
| Дохід від реалізації | 5586000 | 8000000 |
| Змінні витрати | 3900000 | 4200000 |
| Постійні витрати | 693000 | 693000 |
| Прибуток | 993000 | 3107000 |

Прибуток підприємства від обсягу продажу пластикових вікон ПВХ становить:

ППВХ = ВрПВХ – ЗВ - ПВ = 5.586.000–3.900.000 -693.000 = 993.000 грн/рік

Прибуток ПрАТ «ІЛЕМ» від реалізації екологічно чистих пластикових вікон дорівнює:

ПЕко = Вреко – ЗВ – ПВ = 8.000.000– 4.200.000-693.000 = 3.107.000 грн/рік.

Отже, з розрахованих даних видно, що підприємство ПрАТ «ІЛЕМ» буде отримувати більший прибуток (3107000 грн/рік) від реалізації нових екологічно чистих пластикових вікон без вмісту свинцю, навіть не зважаючи на збільшення змінних витрат на 300000 грн. Їх вартість буде дещо вищою (2000 грн/шт) порівняно з пластиковими вікнами ПВХ (1330 грн/шт), тому що ціни на екологічну рецептуру більші. Але ековікна гарантують безпечність навколишньому середовищу і здоров’ю людини; термін служіння набагато довший без істотних змін функціональних якостей, а також безпечна утилізація профілів в майбутньому.

Нове впровадження виведе ПрАТ «ІЛЕМ» на нові ринки збуту, підприємство досягне конкурентоспроможності серед великих підприємств, тому прибутковість його буде суттєво збільшуватися.

Враховуючи перелічені проблеми, можна дійти таких висновків. На нинішньому етапі розвитку підприємницької діяльності України ризики нестабільності перебувають, насамперед, у площині фінансування та раціонального використання вкладеного капіталу підприємства. Для запобігання вірогідності виникнення внутрішньої кризи, яка відбудеться через зростання ризиків, які сумісні з базовими макроекономічних показниками, необхідно оперативно аналізувати ключові показники діяльності підприємства. Стабільність фінансового стану та ефективність управління підприємством в умовах фінансової кризи суттєво обумовлюються показниками ділової активності. Основними напрямами зростання ділової активності, залежно від призначення продукції підприємства, є забезпечення в необхідних обсягах високоякісною сировиною, оновлення матеріально-технічної бази, підвищення конкурентоспроможності виробів, пошук нових ринків збуту. Підвищення ефективності діяльності підприємства відбувається за рахунок прискорення обертання ресурсів, а збільшення числа оборотів можливе шляхом скорочення терміну виробництва або скорочення періоду обігу. Підвищення обертання ресурсів поряд з високою прибутковістю є важливим чинником покращення фінансового стану підприємства.

Щоб збільшити ринки збуту продукції підприємства ПрАТ «ІЛЕМ» потрібно знизити ціну, збільшити рекламу, розширити асортимент продукції, запровадити інновації. Перераховані фактори значно підвищать прибутковість підприємства.

**Висновок**

Фiнансовий стан пiдприємства залежить вiд результатiв його виробничої, комерцiйної та фiнансово-господарської дiяльностi. Тому на нього впливають усi цi види дiяльностi. Передусiм на фiнансовому станi підприємства позитивно позначаються безперебiйний випуск i реалiзацiя високоякiсної продукцiї.

Від фінансових результатів діяльності підприємства складається його фінансове становище, яке може бути стійким, нестійким та кризовим. Здатність підприємства своєчасно проводити платежі, фінансувати свою діяльність на розширеній основі свідчать про його відмінний фінансовий стан.

Можна узагальнити, що ділова активність — це складна, інтегрована за багатьма показ­никами характеристика бізнес-середовища підприємства, яка визначає його стан на ринку, забезпеченість та ефективність використання усіх видів ресурсів та характеризує ре­зультати господарювання.

Аналіз ділової активності дозволяє проаналізувати ефективність основної діяльності підприємства, що характеризується швидкістю обертання фінансових ресурсів підприємства. Аналіз здійснюється за допомогою коефіцієнтів оборотності. Вивчення цих показників у динаміці дозволить зробити ви­сновок про результативність управління операційною, фінансо­вою та інвестиційною діяльністю підприємства.

З метою підвищення ділової активності та ефективності діяльності ПрАТ «ІЛЕМ» можна рекомендувати.

1. Знижувати собівартість продукції.

2. Розширювати мережу надання інших послуг, так як ця ланка дає в господарство значні прибутки

3*.* Підвищувати ефективність використання майна. З цією метою потрібно підвищувати частку оборотних виробничих фондів в обігових коштах, проводити роботу на зменшеннях зносу основних засобів.

4. Для підвищення ділової активності та ефективності господарювання проводити швидшу реалізацію продукції, не затримувати її на складі.

5. Проводити аналіз дебіторської та кредиторської заборгованостей. На підприємстві має бути організований повсякденний оперативний контроль за платежами та надходженнями матеріальних цінностей, виконанням фінансових зобов'язань перед бюджетом, позабюджетними фондами, банками. Необхідної періодично перевіряти дебіторську заборгованість за даними бухгалтерського обліку та звітності, інвентаризації.

6. З метою зменшення та недопущення виникнення простроченої кредиторської заборгованості не допускати замороження оборотних коштів в дебіторській заборгованості та наднормативних, не прокредитованих банком товарно-матеріальних цінностях; розмір власних оборотних коштів повинен бути достатнім і покривати необхідні мінімальні потреби підприємства в них для забезпечення поточної діяльності. Для цього на підприємстві необхідно вести конкретний платіжний календар, який конкретизує поточний фінансовий план, уточнює його показники, дає змогу використати наявні резерви для підвищення ефективності використання фінансових ресурсів підприємства, дає точніше уявлення про стан платежів та розрахунків у періоді, що аналізується. Ведення платіжного календаря дає змогу постійно контролювати платоспроможність підприємства.

7. Підвищувати оборотність обігових коштів, що дає можливість покращувати ефективність господарювання. Раціональне і ефективне використання оборотних коштів - основа фінансової стійкості підприємства.

Але це не означає, що підприємство має вкладати оборотній капітал лише у високоліквідні активи, щоб зменшити імовірність ризику та отримати найвищий прибуток. Підприємство повинно створювати конкурентноспроможну продукцію з високими споживчими якостями. В нашому випадку це може бути якісне та своєчасне виконання робіт. По можливості оборотні кошти бажано вкладати в найбільш ліквідні активи (цінні папери, банківські рахунки). Кошти, вкладені в незавершене виробництво, готову, але не відвантажену продукцію - низько ліквідні, тому що ця частина оборотних коштів найбільш віддалена від моменту реалізації і більше підлягає впливу змін кон’юнктури ринку, інфляційних процесів.

8.Зменшувати період операційного циклу, тобто не затримувати матеріальні ресурси на складі, а перетворювати їх в грошові кошти.

Зробивши аналіз фінансових ресурсів товариства, можна зробити висновок, що на підприємстві ПрАТ «ІЛЕМ» за звітний період знижилася ділова активність та ефективність діяльності порівняно з попереднім періодом. Це видно з того, що прибуток фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування, фінансових результатів від звичайної діяльності та чистий прибуток суттєво зменшилися на 18080,5 тис.грн.

Зробивши аналіз за допомогою коефіціентів, можна сказати, що з динаміки показників ліквідності ПрАТ «ІЛЕМ» є ліквідним і погашає поточні зобов’язання за рахунок поточних активів.

З розрахованих показників оборотності видно, що ПрАТ «ІЛЕМ» досить ефективно використовує свої оборотні активи, а також краще отримує плату по розрахунках в порівнянні з попереднім періодом, а значить підприємство – платоспроможне.

З динаміки показників довгострокової платоспроможності можна сказати, що підприємство має досить непогану оборотність своїх запасів, що забезпечує поточний обсяг продажу.

При проведені оцінки рентабельності даного підприємства видно, що активи, капітал і основні фонди не ефективно використовуються, отже, прибутковість товариства знижилася.

Дослідивши ділову активність та ефективність діяльності підприємства ПрАТ «ІЛЕМ» можна сказати, що вона понизилась у 2010 році порівняно з 2009 роком. Це видно із розрахованих показників ділової активності, тобто відбулося збільшення періоду одного обороту обігових коштів, періоду операційного циклу, періоду фінансового циклу, періоду одного обороту запасів; термін погашення кредиторської заборгованості перевищує період погашення дебіторської, все це свідчить про погіршення платоспроможності підприємства.

На нинішньому етапі розвитку підприємницької діяльності України ризики нестабільності перебувають, насамперед, у площині фінансування та раціонального використання вкладеного капіталу підприємства. Для запобігання вірогідності виникнення внутрішньої кризи, яка відбудеться через зростання ризиків, які сумісні з базовими макроекономічних показниками, необхідно оперативно аналізувати ключові показники діяльності підприємства. Стабільність фінансового стану та ефективність управління підприємством в умовах фінансової кризи суттєво обумовлюються показниками ділової активності. Основними напрямами зростання ділової активності, залежно від призначення продукції підприємства, є забезпечення в необхідних обсягах високоякісною сировиною, оновлення матеріально-технічної бази, підвищення конкурентоспроможності виробів, пошук нових ринків збуту. Підвищення ефективності діяльності підприємства відбувається за рахунок прискорення обертання ресурсів, а збільшення числа оборотів можливе шляхом скорочення терміну виробництва або скорочення періоду обігу. Підвищення обертання ресурсів поряд з високою прибутковістю є важливим чинником покращення фінансового стану підприємства.

Щоб збільшити ринки збуту підприємства ПрАТ «ІЛЕМ» потрібно знизити ціну, збільшити рекламу, розширити асортимент продукції, запровадити інновації. Перераховані фактори значно підвищать прибутковість підприємства.

Підводячи підсумки даної роботи, можна сказати, що на сьогоднішній день існують ще певні неточності у визначенні показників ділової активності і ефективності діяльності підприємства. Деякі автори зауважують, що ділова активність проявляється в динамічноcті розвитку підприємства, швидкості обороту засобів підприємства. Критеріями ділової активності є рівень ефективності використання ресурсів підприємства, стійкість економічного зростання, ступінь виконання завдання за основними показниками господарської діяльності тощо. Таке визначення є розмитим і не розкриває сутності ділової активності. Єдиної думки щодо цього питання не існує, тому потрібно ще значні доопрацювання в даній сфері.

Кожне підприємство, зокрема і досліджуване в даній роботі ПрАТ «ІЛЕМ» прагне збільшити ділову активність та ефективність діяльності.Адже підвищення ділової активності сприяє покращенню фінансового стану підприємства.

**Список використаної літератури:**

* 1. Василик О.Д. „Теорія фінансів”, Київ, 2000.
  2. Волошина К. А., Комірна В. В. Оцінка стану ділової активності підприємства// Інвестиції:практика та досвід. – 2009. - № 8. – с. 37-41
  3. Г.І. Філіна. Фінансова діяльність суб’єктів господарювання, Київ – 2007.
  4. Данилюк М.О., Савич В.І. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. – К.:Центр навчальної літератури, 2004. – 204с.
  5. Інформаційні системи і технології в економіці. Посібник. за редакцією доктора економічних наук, професора В.С. Пономаренка. К. «Академія», 2002.
  6. Петленко Ю.В. Фінансовий менеджмент. Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2007. – 298 с.
  7. Тарасенко Н.В. Навчальний посібник. Економічний аналіз, Львів – 2004.
  8. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник:/ З редакцією проф. Г.Г. Кірейцева. – Київ: ЦУЛ, 2002. – 496 с.
  9. Фінансовий менеджмент: Навч.-метод. Посібник для самостійного вивч. дисц./ А.М. Поддєрьогін, Л.Д. Буряк, Н.Ю. Калач та ін. – К.: КНЕУ, 2001. - 294с.
  10. Фінансовий менеджмент.Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з дисципліни “Фінансовий менеджмент” студентами денної та заочної форм навчання за напрямом 0502 “Менеджмент” - Рівне, НУВГП, 2009.- с.39
  11. Шеремет О. О. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. – Київ, 2005.
  12. Штефан Л. Б., Сачок В. Л. Спеціальні моніторингові обстеження ділової активності підприємства // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2008. - № 2. – с. 98-103
  13. Галина Ямборко. Аналіз ділової активності підприємств в умовах фінансової кризи// Економічний аналіз.- 2010.- № 5.- с.390
  14. http//www.buklib.net.
  15. [www.nau.kiev.ua](http://www.nau.kiev.ua)
  16. [www.google.com.ua](http://www.google.com.ua)