

Яковенко Р. В., Гарькава С.

Кіровоградський національний технічний університет

ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДОЛОГІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ (ПРИКЛАД)

Введення. Підприємство «Мрія» здійснює виробництво хлібобулочних та кондитерських виробів. Продукція реалізується у мережі власних кіосків.

Мета. Визначити передумови підвищення прибутковості фірми застосовуючи загальну методологію економічної теорії.

Методи. Методи аналізу та синтезу даних, графічний та математичний методи, метод динаміки та комплексний метод.

1 етап дослідження: збір даних. За 2009 рік ТОВ «Мрія» реалізувало продукції на загальну суму 5488 тис. грн. Розглянемо реалізацію продукції ТОВ «Мрія» поквартально:

Квартал	Товару реалізовано, тис. грн.	Кількість магазинів	Собівартість продукції, тис. грн.	Валовий прибуток, тис. грн.	Середня реалізація, тис. грн.
I	1250	4	1120	130	312.5
II	1314	4	1160	154	328.5
III	1312	4	1157	155	328
IV	1612	5	1420	192	322

Щоб виявити валовий прибуток потрібно:

Валовий прибуток = валовий дохід – собівартість

Щоб знайти середню реалізацію товару потрібно:

Середня реалізація = $\frac{\text{Валовий дохід}}{\text{Кількість магазинів}}$

У другому кварталі 2010 року на підприємстві було введено новий цех.

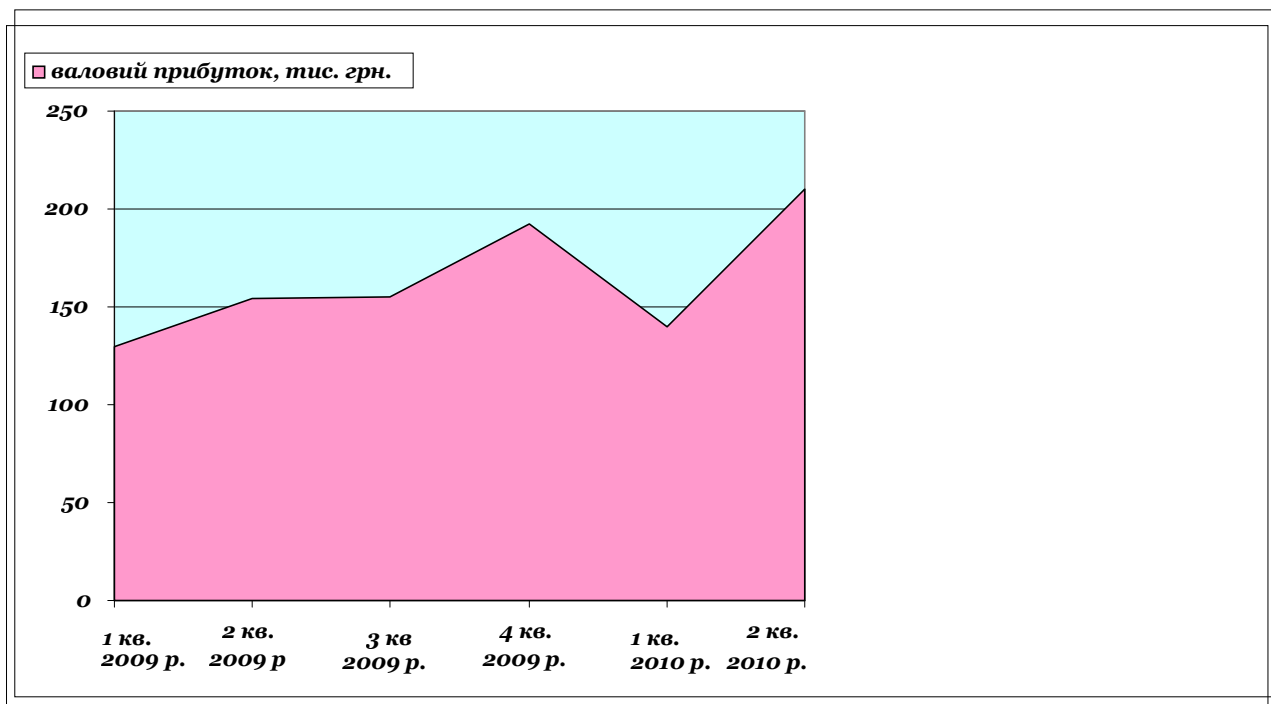
Розглянемо дані за два перших квартали 2010 року:

Квартал	Товару реалізовано, тис. грн.	Кількість магазинів	Собівартість продукції, тис. грн.	Валовий прибуток, тис. грн.	Середня реалізація, тис. грн.
I	1620	5	1480	140	324
II	1690	5	1480	210	336

2 етап: виявлення закономірностей та принципів. Виходячи з даних за 2009 р. можна зробити висновок, що за рахунок відкриття 5-го магазину, при зменшенні середньої реалізації на 2% товару, в 4-му кварталі збільшився валовий прибуток на 20% у порівнянні з 3 кварталом.

На початку 2010 р. за рахунок введення нового цеху собівартість продукції збільшилась, і у першому кварталі зменшилась ефективність виробництва. Щоб з'ясувати причини цього спаду потрібно провести дослідження структурного аналізу витрат за елементами. У 2-му кварталі собівартість продукції зросла на 4% за рахунок впровадження нового цеху. Валовий прибуток збільшився на 44% у порівнянні з першим кварталом 2010 р. Отже, відкриття нового цеху позитивно позначилось на собівартості товару.

За допомогою отриманих значень можна скласти графік росту валового прибутку.



3 етап: економічна політика. На основі зібраних даних, виявлених закономірностей можна визначити економічну політику підприємства «Мрія». Для збільшення доходів підприємства, перш за все, потрібно зменшити витрати на собівартість товару методом впровадження нових технологій. Також варто проаналізувати наявність конкурентів у даному сегменті за виробничими,

витратними і територіальними ознаками. У разі їх наявності варто визначити конкурентні переваги підприємства «Мрія» та відповідні недоліки конкурентів, спрямувати зусилля на розвиток перших і послаблення других, відповідно до законів України та морально-етичних чинників організації виробничо-збутової діяльності.

У разі відсутності конкурентів, слід закріпити домінуюче в даному сегменті становище, відповідно до законів України.

Збільшення прибутку можна досягти також шляхом відкриття нових магазинів. Слід визначити територіальне розташування торговельних точок, дослідити неохоплені ділянки, спрямувати вільні ресурси на посилення торговельної присутності підприємства.

Поліпшення сприятливої громадської атмосфери щодо діяльності підприємства «Мрія» можна досягти через його участь у системі соціального партнерства, благодійності, громадській активності. У такому разі слід додатково провести розрахунок можливих витрат та зисків стосовно кожного конкретного випадку.

Висновки. Внаслідок збору фактів, їх систематизації та аналізу визначено пріоритетні заходи посилення конкурентних позицій підприємства та підвищення рівня його прибутковості.

Зауваження. Математичні розрахунки проведено в номінальному визначенні без урахування інфляційних тенденцій. Також за межами проведеного аналізу залишились валютно-курсіві зміни, що спроможні впливати на стан та перспективи зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Графічний метод не дає загальної уяви щодо рівня ефективності діяльності підприємства, оскільки не відображає повноти використання задіяних ресурсів і не може довести рівень якості виготовленої продукції. Також це є важливим у разі відсутності урахування інфляційних тенденцій.

Проведене дослідження не враховує діяльності конкурентів, яка впливає на фірму в умовах високо конкурентного середовища.