Анотація

В курсовій роботі розкрито теоретичне питання: науково-технічний прогрес: напрямки та економічна ефективність. Здійснено розробку установчих документів для створення суб’єктів підприємницької діяльності – юридичної особи, проведено розробку комерційної ідеї, здійснено вибір оптимального місця розташування підприємства, проведений розрахунок потреби в капіталі, необхідному для початку підприємницької діяльності. Крім цього здійснені розрахунок податку з прибутку та податку на додану вартість, що їх сплачує суб’єкт підприємництва – юридична особа та розрахунок товарного запасу та оцінювання повноти торгового асортименту магазину. Проведений аналіз беззбитковості роботи підприємства та аналіз впливу структури виробництва на фінансовий стан підприємства.

**Вступ**

Будь-яке підприємство, незалежно від його організаційної форми, здійснює певну господарську діяльність. Особливим видом господарської діяльності є підприємництво.

Цивілізоване підприємництво ґрунтується на двох засадах: приватній власності та ринкових відносинах. Тому у командній економіці підприємництво не могло існувати (окрім нелегальних форм).

Підприємництво – це самостійна ініціативна систематична й ризикована діяльність щодо виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг з метою отримання прибутку.

Сьогодні підприємець є центральною постаттю у бізнесі. Професія підприємця вимагає особливих якостей від людини, а саме: почуття ризику; лідерства і вміння об'єднати людей для досягнення мети; наполегливості та гнучкості; здатності до точного розрахунку; міцного здоров'я.

Підприємницький хист – це здебільшого талант, помножений на наполегливу працю і достатні знання

Підприємець є ключовою постаттю ринкової економіки. Він несе повну відповідальність за результати своєї діяльності, його чекає крах або успіх.

Діяльність підприємця спрямована на отримання максимального прибутку, який дорівнює різниці між виторгом і витратами. Тому підприємець заінтересований продавати свою продукцію за максимально високими цінами, а ресурси на ринку придбати за найнижчими цінами, зокрема платити робітникам за працю мінімальну платню. Тому постать підприємця нерідко сприймається громадськістю негативно.

У своїй діяльності підприємець має враховувати потреби суспільства. Саме підприємець повинен вгадати, які товари і послуги потрібні покупцям. Він покликаний виконувати певну суспільну функцію – зберігати і примножувати власність через задоволення потреб споживача.

Робити гроші, задовольняючи людські потреби, і діставати від цього насолоду – основний сенс підприємництва, чи бізнесу. Вміння перепродати – теж бізнес, але від нього недалеко до злочину. Бізнес – це вміння робити гроші із грошей, але обов'язково через корисну і продуктивну діяльність, тобто виготовлення продукту або надання послуг. Отже, підприємництво – це передусім організація виробництва і задоволення потреб людей, а відтак і творення грошей.

Якщо діяльність підприємця була успішною і виторг за реалізований продукт перевищує витрати, то підприємець отримує прибуток. Але цей прибуток не належатиме підприємцю повністю, бо потрібно сплачувати податки, які залежать від виду підприємницької діяльності, системи пільг тощо. Діяльність підприємця вважають успішною, якщо прибуток становить не менше 20% рівня витрат.

Метою цієї роботи є розгляд порядку створення підприємства.

Завданнями курсової роботи є:

* розглянути оцінку основних фондів;
* розробити комерційну ідею та оцінити її на предмет можливої реалізації;
* розробити установчі документи для створення суб’єкта підприємницької діяльності – юридичної особи;
* вибрати оптимальне місце розташування підприємства;
* розрахувати потреби в капіталі, необхідному для початку підприємницької діяльності;
* розрахувати основні види податків, які повинен сплачувати суб’єкт бізнесу;
* розрахувати товарний запас та оцінити повноту торгового асортименту магазину;
* провести аналіз беззбитковості роботи підприємства;
* провести аналіз впливу структури виробництва на фінансовий стан підприємства.

**1. Науково-технічний прогрес: напрямки та економічна ефективність**

Науково-технічний прогрес – це неперервний процес одержання і нагромадження наукових знань, їх матеріалізація в елементи техніки, впровадження останньої у виробництво і всі сфери життя. Тому, НТП слід розглядати як систему, що охоплює три взаємопов'язані стадії: науку, техніку, виробництво. НТП є, також, важливішим засобом вирішення соціально-економічних завдань, а саме: охорони навколишнього середовища, покращення умов праці, підвищення добробуту населення.

НТП притаманні як еволюційні, так і революційні форми удосконалення засобів виробництва, технологічних процесів, кінцевої продукції.

Еволюційна форма НТП характеризується поступовим неперервним вдосконаленням традиційних технічних засобів і технологій, нагромадженням цих вдосконалень. Такий процес може тривати досить довго. Революційна форма НТП пов'язана з виникненням принципово нових науково-технічних ідей і на основі цього зміною поколінь використовуваної техніки і кінцевої продукції.

Науково-технічний прогрес у будь-якій його формі відіграє важливу роль у розвитку промислового виробництва, поскільки охоплює фундаментальні теоретичні дослідження, прикладні пошуки, конструкторські розробки і створення взірців нової техніки, її освоєння і промислове виробництво, а також впровадження в народне господарство.

Науково-технічна революція (НТР) – це стрибок у розвитку продуктивних сил суспільства, їх перехід у якісно новий стан на основі докорінних змін в системі наукових знань.

Сучасна НТР має ряд особливостей, основними з яких є:

перетворення науки у безпосередньо продуктивну силу;

скорочення проміжку часу від нового наукового відкриття до його практичного використання;

новий стан суспільного поділу праці, який відбувається завдяки перетворенню науки у пріоритетну сферу діяльності;

інтеграція науки з виробництвом, а також різних галузей самої науки;

якісне перетворення усіх елементів виробництва засобів і предметів праці, самої праці.

Науково-технічний прогрес, що завжди здійснюється у взаємозв'язаних еволюційних і революційних його формах, є домінантою (визначальним чинником) розвитку продуктивних сил, невпинного підвищення ефективності виробництва. Він безпосередньо впливає передовсім на формування й підтримування високого рівня техніко-технологічної бази виробництва, забезпечуючи неухильне зростання продуктивності суспільної праці. Спираючись на суть, зміст та закономірності сучасного розвитку науки і техніки, можна виокремити характерні для більшості галузей народного господарства загальні напрямки НТП, а для кожного з них – пріоритети принаймні на найближчу перспективу.

За умов сучасних революційних перетворень у технічному базисі виробництва ступінь його технічної досконалості та рівень економічного потенціалу в цілому визначаються прогресивністю використовуваних технологій – способів одержання й перетворювання матеріалів, енергії, інформації, виготовлення продукції. Технологія стає завершальною ланкою і формою матеріалізації фундаментальних досліджень, засобом безпосереднього впливу науки на сферу виробництва. Якщо раніше її вважали забезпечуючою підсистемою виробництва, то зараз вона набула самостійного значення, перетворившись на авангардний напрям НТП.

Сучасним технологіям властиві певні тенденції розвитку й застосування. Головними з них є: по-перше, перехід до малостадійних процесів через поєднання в одному технологічному агрегаті кількох операцій, що раніше виконувались окремо; по-друге, забезпечення в нових технологічних системах мало – або безвідходності виробництва; по-третє, підвищення рівня комплексності механізації процесів на засаді застосування систем машин і технологічних ліній; по-четверте, використання в нових технологічних процесах засобів мікроелектроніки, що дає змогу одночасно з підвищенням ступеня автоматизації процесів досягати більш динамічної гнучкості виробництва.

Технологічні методи все більше й усе частіше визначають конкретну форму і функції засобів та предметів праці, а отже, ініціюють появу інших напрямків НТП, витискують з виробництва технічно та економічно застарілі знаряддя праці, породжують нові машини та устаткування, засоби автоматизації. Зараз принципово нові види техніки розробляються й виготовляються під нові технології, а не навпаки, як це було раніше, коли панував примат засобів праці.

НТП у галузі знарядь праці довів, що технічний рівень та якість сучасних машин (устаткування) безпосередньо залежать від прогресивності характеристик застосовуваних для їхнього виробництва конструкційних та інших допоміжних матеріалів. Звідси випливає величезна роль створення й широкого використання нових матеріалів, що характеризує один з важливих напрямків НТП.

У галузі предметів праці варто виділити такі тенденції НТП: 1) істотне поліпшення якісних характеристик матеріалів мінерального походження, стабілізація і навіть зменшення питомих обсягів їхнього споживання; 2) інтенсивний перехід до застосування у все більшій кількості легких, міцних й корозійностійких кольорових металів (сплавів), що став можливим унаслідок появи принципово нових технологій, які значно зменшили вартість їхнього виробництва; 3) істотне розширення номенклатури і форсоване нарощування обсягів продукування штучних матеріалів із наперед заданими та унікальними властивостями.

Перша тенденція виявляється в значному збільшенні випуску низьколегованої сталі, листового і термообробленого прокату, поширенні порошкової металургії, беззливкового прокату кольорових металів, що забезпечують підвищення надійності й зниження металомісткості різних технічних конструкцій; друга тенденція – у всезростаючому використанні як конструкційних матеріалів алюмінію, титану, магнію та їхніх сплавів, що уможливлює кількаразове (2–10 разів) зменшення маси машин (устаткування), транспортних засобів тощо; третя тенденція, найперспективніша за своєю прогресивністю та економічною ефективністю, – у випереджаючому розвитку виробництва полімерних, композиційних (полімерних із наповнювачем) і керамічних матеріалів, що порівняно з традиційними мають більш високу термічну, абразивну та ерозійну стійкість, меншу питому щільність, є інертними до агресивних середовищ, а нерідко мають цілком унікальні властивості, завдяки чому стають незамінимими конструкційними матеріалами для багатьох найновіших типів сучасної техніки.

До сучасних виробничих процесів ставляться такі вимоги, як досягнення максимально можливої безперервності, безпеки, гнучкості й продуктивності, що можуть бути реалізовані лише за відповідного рівня їхньої механізації та автоматизації – інтегрованого та завершального напрямку НТП. Механізація й автоматизація виробництва, яка відображає різний ступінь заміни ручної праці машинною, у своєму безперервному розвитку послідовно, паралельно або паралельно-послідовно переходить від нижчої (часткової) до вищої (комплексної) форми.

За умов інтенсифікації виробництва, гострої необхідності багаторазового зростання продуктивності праці та радикального поліпшення її соціологізації, докорінного підвищення якості продукованих виробів автоматизація виробничих процесів стає стратегічним напрямком НТП для підприємств більшості галузей народного господарства. Пріоритетне завдання полягає в забезпеченні комплексної автоматизації, оскільки впровадження окремих автоматичних машин та агрегатів часто не дає бажаного економічного ефекту, через значний залишок ручної праці. Новий і досить перспективний напрямок комплексної автоматизації зв'язано зі створенням і впровадженням гнучких автоматизованих виробництв. Форсований розвиток таких виробництв, передовсім у машинобудуванні та деяких інших галузях, зумовлено об'єктивною необхідністю постійно забезпечувати високоефективне використання дорогого автоматичного устаткування і достатню мобільність виробництва з частим оновленням номенклатури продукції.

Основні напрямки НТП на сучасному етапі:

Електронізація народного господарства – забезпечення усіх сфер виробництва і суспільного життя високоефективними засобами обчислювальної техніки аж до використання принципів штучного інтелекту, нового покоління супутникових систем зв'язку тощо;

Комплексна автоматизація всіх галузей народного господарства на базі електронізації: впровадження гнучких виробничих систем, промислових роботів, багатоопераційних верстатів з ЧЛУ, систем автоматизованого проектування, автоматизованих систем управління технологічними процесами;

створення і використання нових матеріалів, що мають нові властивості: надпровідність, радіаційну стійкість, стійкість до зношування; надчистих матеріалів із заданими властивостями;

освоєння принципово нових технологій: мембранної, лазерної, плазмової, вакуумної, детонаційної та ін;

прискорений розвиток біотехнології, яка сприяє створенню безвідходних технологічних процесів, нарощуванню обсягів виробництва сировини, продовольчих ресурсів.

Рівень науково-технічного прогресу можна оцінити цілим рядом показників. Серед показників НТП особливе місце належить показникам технічного рівня виробництва, які відображають обсяг фактичного впровадження у виробництво досягнень науки, техніки, технології, організації праці і управління, як в цілому в господарстві країни, так і в окремих галузях і на підприємствах.

До показників технічного рівня виробництва належать:

фондоозброєнність праці (відношення вартості основних виробничих фондів до чисельності ПВП);

технічна озброєнність праці (відношення вартості активної частини основних фондів до чисельності ПВП);

електроозброєнність праці (відношення кількості спожитої електроенергії до чисельності ПВП);

коефіцієнти оновлення і вибуття основних виробничих фондів, а також їх активної частини;

вікові характеристики виробничого устаткування.

Крім того, рівень науково-технічного прогресу може бути охарактеризований рядом допоміжних показників: коефіцієнт електрофікації виробництва, коефіцієнти механізації виробництва і механізації праці, коефіцієнт автоматизації виробництва, частка електроенергії, використаної на технологічні цілі та інші.

Заходи по впровадженню досягнень НТП вимагають інвестування значних коштів, тому важливим є питання оцінки економічної ефективності НТП.

Ефективність – це відносна величина, що характеризує результативність будь-яких затрат. Ефективність НТП є відношенням ефекту від здійснених заходів до затрат на них. Ефект – це результат від будь-якого заходу, який найчастіше виражається певною грошовою сумою (чиста продукція або прибуток підприємства, галузі, національний дохід). Ефект від впровадження НТП може бути позитивним (економія затрат) і негативним (збитки). Існує поняття відвернених збитків, тобто таких, яких вдалось уникнути в результаті використання досягнень НТП (забруднення навколишнього середовища).

В залежності від рівня оцінки, обсягу враховуваних ефекту і затрат і призначення оцінки розрізняють декілька видів ефективності НТП.

Види економічної ефективності НТП:

Народногосподарська – характеризує відношення ефекту до затрат в масштабах народного господарства. Ефектом є ріст національного доходу, а затратами – сукупність спожитих ресурсів;

Госпрозрахункова – оцінює результативність затрат в масштабах галузі, підприємства і розраховується, найчастіше, як відношення прибутку до вартості виробничих фондів або собівартості (рентабельність виробництва і продукції).

Порівняльна – обчислюється у випадку вибору кращого із можливих варіантів заходів НТП; в якості ефекту може бути прийнятий ріст прибутку за рахунок зниження собівартості при реалізації одного варіанту в порівнянні з іншими, а в якості затрат – додаткові капіталовкладення, що забезпечили це зниження по кращому варіанту.

Абсолютна – характеризує відношення кінцевого народногосподарського або госпрозрахункового ефекту до затрат на реалізацію вибраного варіанту. Цей варіант вибирається по критерію порівняльної ефективності – мінімуму приведених витрат.

Розрахунок абсолютної ефективності завершує процес вибору найефективнішого варіанту заходів НТП.

Економічний ефект заходів НТП розраховується на всіх етапах реалізації і за весь період здійснення цих заходів і визначається як різниця між вартісною оцінкою результатів і вартісною оцінкою сукупних витрат ресурсів за цей період.

Залежно від завдань, які вирішуються, економічний ефект може обчислюватись в одній із двох форм:

а) народногосподарський (загальний ефект за умовами використання нововведень);

б) госпрозрахунковий (комерційний ефект, який одержується окремо розробником, виробником і споживачем нововведень).

Народногосподарський економічний ефект обчислюється шляхом порівняння результатів за місцем використання нової техніки, інших нововведень і усіх витрат на їх розробку, виробництво і споживання.

Комерційний економічний ефект обчислюється на окремих стадіях «життєвого циклу» нововведення (стадії розробки, виробництва, експлуатації) і дає можливість оцінити ефективність технічних новин з врахуванням економічних інтересів окремих проектно-конструкторських організацій, підприємств-виробників і підприємств-споживачів.

Перша форма економічного ефекту використовується на стадії обґрунтування доцільності розробки та вибору найкращого варіанту проектного рішення; друга форма – у процесі реалізації заходів, коли є відомими ціни на нову науково-технічну продукцію, обсяги її виробництва, умови і строки застосування.

На стадії техніко-економічного обґрунтування і вибору найкращого варіанту, при формуванні планів наукових і дослідно-конструкторських робіт повинен бути витриманий народногосподарський підхід, який передбачає врахування при оцінці заходів НТП усіх можливих наслідків – економічних, соціальних, екологічних, зовнішньоекономічних. Етапи реалізації цього підходу зводяться до наступного:

із потенційно можливих варіантів вибирають ті, які задовільняють заданим обмеженням;

по кожному із вибраних варіантів обчислюють результати, витрати, економічний ефект;

кращим визнається варіант, що забезпечує максимальну величину економічного ефекту, а при умові його тотожності по декількох варіантах – варіант з мінімальними затратами на його досягнення.

Сумарний економічний ефект від реалізації заходів НТП за певний розрахунковий період Т (Ет) обчислюється за формулою:

Ет = Рт – Вт, грн., (1.1)

де Рт – вартісна оцінка результатів від здійснення заходів НТП за розрахунковий період, грн.;

Вт – вартісна оцінка витрат на здійснення заходів НТП за цей же період, грн.

Такий спосіб визначення економічного ефекту є однаковим як при обчисленні народногосподарського, так і комерційного ефекту від впровадження заходів науково-технічного прогресу.

При обчисленні економічного ефекту слід приводити різночасові витрати і результати до єдиного для всіх варіантів моменту часу – розрахункового року за допомогою коефіцієнта приведення а.

З врахуванням фактору часу економічний ефект може бути представлений

Ет = £ (Рі – В/), х а, грн., (1.2)

де Pt, Bt, – вартісна оцінка відповідно результатів і витрат у t-му році розрахункового періоду, грн.;

Початковим роком розрахункового періоду Г вважають рік початку фінансування робіт по здійсненню заходу (включаючи наукові дослідження), а кінцевим – момент завершення всього життєвого циклу заходу (визначається нормативними строками оновлення продукції з врахуванням її старіння).

Вартісна оцінка результатів від впровадження заходу НТП за розрахунковий період здійснюється:

Т Рт = 2, Pt x а> грн. (1.3)

До складу поточних витрат (Сі) включаються витрати, які враховуються при існуючому порядку калькулювання собівартості продукції, а на ранніх стадіях розробки нової техніки (коли відсутня конкретна інформація для розрахунку поточних витрат) використовується один із можливих методів обчислення собівартості проектованої нової техніки:

метод питомих ваг;

графоаналітичний;

кореляційний;

планової калькуляції.

До складу одноразових витрат (Kt) включаються капітальні вкладення та інші витрати одноразового характеру, які необхідні для створення і використання нової продукції, незалежно від джерел фінансування.

При обчисленні економічної ефективності заходів НТП може виникнути ситуація, коли нове технічне рішення виявиться вигідним для народного господарства в цілому, але призведе до зростання витрат і погіршення інших показників роботи наукових організацій, підприємств-виробників. Тому, крім обчислення загальної величини економічного ефекту, слід визначати частку його, що має одержати кожний причетний до процесу створення і впровадження нововведення.

Крім того, при аналізі ефективності заходів НТП можуть використовуватись інші показники, наприклад, коефіцієнт економічної ефективності одноразових витрат (капіталовкладень), строк їх окупності тощо.

Результати реалізації заходів НТП впливають на госпрозрахункові показники роботи споживачів нової техніки та інших нововведень.

**2. Розробка установчих документів для створення суб’єктів підприємницької діяльності – юридичної особи**

Згідно з ГК України Товариством з додатковою відповідальністю є господарське товариство, статутний фонд якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів і яке несе відповідальність за своїми зобов’язаннями власним майном, а в разі його недостатності учасники цього товариства несуть додаткову солідарну відповідальність у визначеному установчими документами однаково кратному розмірі до вкладу кожного з учасників.

Правовий статус товариства з додатковою відповідальністю характеризують, в основному, ті самі риси, що і правове становище товариства з обмеженою відповідальністю. Але на відміну від товариства з обмеженою відповідальністю, де відсутня субсидіарна майнова відповідальність учасників товариства за його боргами, у товаристві з додатковою відповідальністю його учасники можуть бути притягнуті до додаткової відповідальності належним їм на праві приватної власності майном у солідарному порядку.

Органами управління товариства з додатковою відповідальністю є:

* загальні збори засновників – вищий орган товариства.
* дирекція або директор – виконавчий орган.
* ревізійна комісія – контроль за діяльністю директора (дирекції) товариства.

Для реєстрації товариства з додатковою відповідальністю необхідно:

надати такі документи:

* копію паспорта та ідентифікаційного коду керівника;
* копії паспортів Засновників;

*визначитися з:*

* найменуванням;
* юридичною адресою;
* видами діяльності;
* розміром та розподілом часток у Статутному капіталі;
* системою оподаткування;

З огляду на положення ч. 4 ст. 151 ЦК України (ст. 65 Закону України «Про господарські товариства») про те, що до товариства з додатковою відповідальністю застосовуються положення законодавства про товариство з обмеженою відповідальністю, якщо інше не встановлено статутом товариства і законом, у характеристиці цього виду товариств більшу увагу приділено саме його специфіці порівняно з іншими видами товариств.

Характеристика товариства з додатковою відповідальністю.

1. Статутний фонд товариства з додатковою відповідальністю поділений на частки визначених установчими документами розмірів. Мінімальний його розмір, як і у товаристві з обмеженою відповідальністю, складає 100 мінімальних заробітних плат.

Певна специфіка передбачена законодавством щодо товариств з додатковою відповідальністю – довірчих товариств. Так, статутний фонд довірчого товариства повинен формуватися виключно за рахунок коштів та цінних паперів учасників, на відміну від статутного фонду товариства з обмеженою відповідальністю, який може бути сформований як за допомогою грошових коштів, так і майна та майнових прав.

2. Товариство з додатковою відповідальністю несе відповідальність за своїми зобов'язаннями власним майном. Проте ця ознака актуальна лише тоді, коли у товариства є майно; за його відсутності настають наслідки, передбачені ознакою 3, що, власне, опосередковує назву цього товариства і різницю у правовому статусі товариств з обмеженою і додатковою відповідальністю.

3. В разі недостатності майна учасники товариства з додатковою відповідальністю несуть додаткову солідарну відповідальність у визначеному установчими документами однаково кратному розмірі до вкладу кожного з учасників.

Тобто, на відміну від товариства з обмеженою відповідальністю, відповідальність учасників товариства з додатковою відповідальністю не обмежується лише сумою внесків до статутного фонду. Додаткова (субсидіарна) відповідальність у вигляді стягнення належного учасникам майна настає в обсязі, кратному розміру внеску кожного учасника (наприклад, якщо внесок учасника складає 5000 гривень, а установчими документами передбачена кратність відповідальності із коефіцієнтом 2, відповідальність учасника товариства з додатковою відповідальністю дорівнює сумі його внеску (5000 гривень), а в разі її недостатності – додатково сумі, що не перевищує 10000 гривень (5000 гривень х 2).

Солідарність відповідальності учасників товариства з додатковою відповідальністю означає, що за вимогами ст. 543 ЦК України кредитор має право вимагати виконання обов'язку частково або в повному обсязі як від усіх учасників разом, так і від будь-кого з них окремо. Учасник, який виконав солідарний обов'язок, має право на зворотну вимогу (регрес) до кожного з решти учасників у рівній частці, якщо інше не встановлено договором або законом, за вирахуванням частки, яка припадає на нього.

Граничний розмір відповідальності учасників (коефіцієнт кратності) передбачається в установчих документах. Що ж до довірчих товариств, ст. 2 Декрету Кабінету Міністрів України «Про довірчі товариства» передбачена додаткова відповідальність учасників товариства з додатковою відповідальністю в 5-кратному розмірі до внеску кожного учасника.

Специфічною рисою товариства з додатковою відповідальністю – довірчого товариства є і обов'язкова особиста участь його учасників у веденні справ товариства. Згідно зі ст. З Декрету Кабінету Міністрів України «Про довірчі товариства» довірчі операції від імені довірчого товариства здійснюють його учасники – довірені особи. В товаристві з обмеженою відповідальністю учасники можуть взагалі не брати участь в оперативно-господарській діяльності товариства (крім вирішення питань, що належать до виключної компетенції зборів учасників), уповноваживши виконавчий орган на здійснення відповідних дій.

Статут Товариства з додатковою відповідальністю «Зірка Поділля» наведений в додатку А.

Отже, товариство з додатковою відповідальністю – це один з видів господарських товариств з усіма притаманними останньому рисами відповідно до законодавства України. Правове становища товариства з додатковою відповідальністю і його учасників подібне до правового становища товариства з обмеженою відповідальністю та його учасників, за винятком обсягу відповідальності учасників і пов'язаних із цим питань (у т. ч. змісту статуту).

Установчий документ – статут, який визначає правовий статус товариства, його внутрішню структуру, види діяльності, органи управління, відповідальність учасників і товариства, порядок припинення товариства. Він створений на основі ЦК України, ГК України та Закону України «Про господарські товариства». Договір про заснування товариства з додатковою відповідальністю не відноситься до установчих документів, а розглядається як акт, що створює правові наслідки виключно для учасників товариства. Товариство з додатковою відповідальністю може бути створене однією особою, яка стає його єдиним учасником

**3. Розробка комерційної ідеї**

Ключовим моментом підготовчого етапу є формування перспективної комерційної ідеї, тобто ідеї нового продукту або послуги, а також рішення технічного, організаційного або економічного характеру.

Існує безліч джерел нових комерційних ідей:

– публікації з інформацією про проведені науково-дослідні й дослідно-конструкторські роботи;

– публікації з інформацією про нові патенти;

– продукція або послуги, пропоновані конкурентами;

– думка працівників підприємства, особливо відділу маркетингу й збуту, а також оптової або роздрібної торгівлі;

– відгуки споживачів тощо.

Потенційно в будь-якому бізнесі існує безліч можливостей. Тим, хто їх знаходить і грамотно використовує, набагато легше досягти позитивного результату. В умовах розвиненого ринку успіх може прийти тільки до того, хто вносить у свою справу щось нове, відмінне від пропонованого конкурентами. Ця новизна може стосуватися різних напрямів діяльності фірми. Входження на ринок з новим товаром, раціоналізація способів обробки сировини, надання додаткових послуг споживачам, цінове забезпечення конкурентоспроможності, відкриття нових ринків чи каналів збуту і т.д. – в усьому цьому присутній потенціал успіху. А виявлення цих можливостей бізнесу називається комерційною ідеєю.

Комерційна ідея – це запропонований засіб поліпшення ведення підприємницької діяльності з метою досягнення більш вагомого підприємницького успіху.

Хоч поява комерційної ідеї є творчим актом, це не означає, що процес її появи та формулювання зовсім не керований. Справді, як і будь-який інший творчий процес, появу нових бізнес-ідей неможливо запрограмувати та формалізувати. Водночас він має визначені закономірності, врахування яких у методах управління фірмою допомагає стимулювати цей творчий процес. Саме в цьому і полягає основне завдання ділового розвитку фірми.

Реалізація ділового розвитку фірми має керуватися закономірністю впровадження бізнес-ідеї, згідно з якою далеко не кожна зі сформульованих пропозицій доводиться до логічного завершення. Лише 5–10% від запропонованих ідей завершуються результативно. Цю особливість можна трактувати як закон успішності нових ідей.

Ця межа успішності стосується не тільки безпосередньо комерційної ідеї. Вона зафіксована і в інших сферах творчої діяльності: конструюванні, розробці нових технологічних процесів, фундаментальних та прикладних науках. Наявність об'єктивної межі успішності свідчить про безперспективність спроб жорсткої системи управління життєвим циклом розвитку ідеї, тобто побудова такої схеми роботи з реалізації ділового розвитку фірми, за якої кожна ідея має проходити через чітко визначені стадії, а завершальним етапом її стає практична реалізація, позбавлена здорового глузду.

Про правильність цієї тези свідчить досвід колишнього СРСР щодо управління процесами науково-технічного прогресу. Маючи передову фундаментальну науку та систему освіти, країна безнадійно відставала у питаннях практичної розробки та впровадження нововведень. Головною причиною цього була система директивного планування, яка вимагала від розробників обов'язкового отримання ефекту від витрачених коштів. У результаті перед науковцями, конструкторами, технологами та виробничниками ставала дилема:

ризикнути і здійснити спробу створити щось нове та ефективне, але при цьому поставити під загрозу виконання плану;

скопіювати відоме технічне рішення, яке гарантує виконання планового завдання у визначений термін.

Прийняття першого шляху вело до великих неприємностей як у матеріальному, так і у психологічному плані, а тому здоровий конформізм підказував доцільність другого варіанта розвитку подій, що і визначало відставання у науково-технічному прогресі.

Одним із аспектів логіки впровадження комерційної ідеї є можливість відшкодування витрат, які були зроблені під час здійснення невдалих спроб з їх впровадження, за рахунок надприбутків від реалізацій плідних ідей. Схематично цю особливість відображено на рис. 3.1.

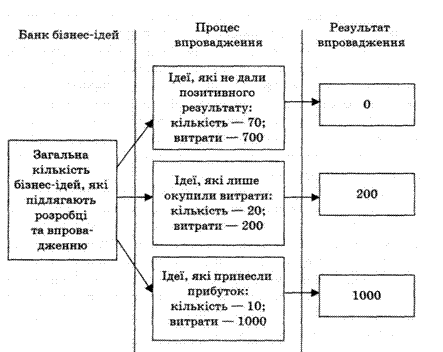


Рис. 3.1 – Результати впровадження комерційної ідеї

За всієї умовності цієї схеми вона досить повно відображає логіку формування загального результату від впровадження нових ідей. Відповідно до цієї схеми 70% нових ідей не втілюється у життя, 20% – тільки компенсує кошти, які витрачені на їх реалізацію. Проте 10%, які залишилися, дають такий ефект, який значно перекриває всі витрати на розробку та впровадження не тільки цих, а й усіх інших спроб здійснення нововведень.

Таким чином, щоб впровадження нових комерційних ідей приносило потрібний ефект, їх має бути багато.

В курсовій роботі комерційна ідея розробляється методом, який базується на використанні так званої карти ідей. Даний метод полягає в передбачає виконання низки дій, які можна об’єднати в певні етапи розробки.

Ключове слово: іграшки.

Аналіз запропонованих позицій і вибір найперспективнішої

Наведені ідеї, на нашу думку, є досить перспективним. А саме: виготовлення дитячих іграшок впродовж року користується стабільним попитом. Виготовлення іграшок для тварин також має сталий попит, що обумовлено зростанням кількості тварин, що утримуються у квартирах та будинках. Виготовлення авторських робіт має певні обмеження, що обумовлено обмеженим попитом на даний товар: корпоративні іграшки, авторські іграшки мають досить високу вартість.

Оптова та роздрібна торгівля та продаж запасних частин мають найперспективніший напрямок це торгівля дитячими іграшками.

Надання послуг у сфері іграшок має обмежені напрямки реалізації: доставка або виготовлення іграшок на замовлення або їх ремонт.

Токами чином найперспективнішим напрямком є виготовлення дитячих іграшок, а саме м’яких іграшок різного розміру.

Необхідно врахувати такі фактори впливу у процесі формування асортименту:

– зміни в стилі життя людини;

– зміни в технологіях;

– зміни у віковій структурі населення;

– зміни в моді.

Для оцінювання ідеї на предмет можливості її реалізації потрібно відповісти на запитання, заповнивши таблицю 3.2.

Таблиця 3.1 – Оцінювання комерційної ідеї на предмет можливості її реалізації

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Питання | Так | Ні | Чи є потреба в додатковій інформації? |
| 1. Чи буде працювати Ваша ідея? | + |  |  |
| 2. Чи буде ця ідея спрацьовувати протягом певного (визначеного) часу? | + |  |  |
| 3. Чи будуть люди за це платити? | + |  |  |
| 4. Чи достатня кількість людей буде за це платити? |  |  | + |
| 5. Чи усвідомлюєте Ви, які потреби людей при цьому задовольняються? | + |  |  |
| 6. Чи знаєте Ви, якими будуть витрати на реалізацію висунутої комерційної ідеї? |  |  | + |
| 7. Чи безпечна Ваша ідея? | + |  |  |
| 8. Чи законна Ваша ідея? |  |  | + |
| 9. Чи сподобається Ваша ідея іншим людям? | + |  |  |
| 10. Чи можете ви знайти необхідну кількість грошей для реалізації ідеї? |  |  | + |
| 11. Чи потрібно Вам спеціальне обладнання? | + |  |  |
| 12. Чи володієте ви необхідними навичками (знаннями) для реалізації ідеї? |  | + |  |
| 13. Чи потрібен Вам персонал зі спеціальними знаннями (навичками) для реалізації запропонованої ідеї? | + |  |  |

Отже, ідея виготовлення м’яких іграшок різного розміру, цікава, а отже приваблива для споживачів. Ідея стане ще більш приваблива, якщо запропоновані іграшки матимуть високу якість матеріалів та пошиття. Ідею доцільно реалізувати [1].

**4. Вибір оптимального місця розташування підприємства**

Показниками раціонального планування виробництва і підприємства в цілому є розмір площі території, оптимізація поверховості, протяжність комунікацій, ступінь забудівлі, забезпечення санітарно-гігієнічних норм і виробничих умов, наявність резервних площ для розширення і реконструкції підприємства, функціональність конструкції, естетична та архітектурна виразність форм корпусів та службових приміщень.

Деякі з принципових положень раціонального розташування виробничого процесу суперечать одне одному. Наприклад, забезпечення прямоточності переміщення предметів праці потребує монтажу верстатів (робочих місць) в одну лінію, що зумовлює збільшення площі будівель, території, протяжність комунікації. Тому існують різні компромісні підходи до проектування будівельно-архітектурних форм виробничих будівель, споруд та конструктивно-технічні й організаційні рішення щодо розташування технологічного устаткування, які в комплексі забезпечують економію простору, поліпшення умов праці та екологічну складову виробничого процесу.

Проектування і будівництво сучасних підприємств здійснюються за принципом блочно-модульних конструкцій. Його суть полягає в групуванні однорідних елементів виробничої системи в блоки (дільниці, цехи) та з’єднанні їх у технологічні і предметні модулі (виробництва) вертикального чи горизонтального типу, що забезпечує максимальну раціоналізацію матеріальних, енергетичних та інформаційних зв’язків, удосконалення зв’язків управління, компактність території, скорочення протяжності всіх видів комунікацій, зменшення витрат на будівництво та експлуатацію підприємства.

Критерії розташування виробничих об’єктів. Розміщення виробничих об’єктів є загальною проблемою як нових, так і існуючих підприємств, особливо в процесі реструктуризації і диверсифікації останніх. При їх розміщенні керуються різними критеріями, які визначаються конкуренцією і економічною вигодою.

До критеріїв, що впливають на вибір місця розташування підприємств, належать:

1) близькість до споживачів (швидкість урахування попиту в процесі створення нових товарів та їх поставки);

2) діловий клімат (сприятливе для бізнесу законодавство, підтримка підприємництва місцевими органами управління, надання субсидій, податкових пільг тощо);

3) загальні витрати (регіональні витрати на вартість землі, споруд, оплату робочої сили, податків, енергетичних ресурсів, а також приховані витрати, що пов’язані з різними посередниками та запізненням реакції на ринок споживачів);

4) інфраструктура (наявність розгалуженої і узгодженої транспортної системи, забезпеченість потреб в електроенергії і телекомунікаціях та перспективи їх розвитку);

5) потенціал трудових ресурсів (освітній та професійний рівні місцевих працівників, якість підготовки і здібності до навчання);

6) постачальники (наявність високопрофесійної та конкурентоспроможної мережі постачальників, близькість їх розташування сприятиме скороченню запасів);

7) місце розташування інших об’єктів підприємства (асортимент та обсяги виробництва продукції, що випускається, тісно пов’язані з вибором місця розташування нового виробництва-відділення);

8) зони вільної торгівлі (можливість використання імпортних комплектуючих у готових виробах і отримання відстрочки від оплати митних зборів до моменту доставки виготовленої продукції в країну-споживач);

9) політичний ризик (геополітичні зміни та стан реформування економічних відносин у країнах потенційного розташування підприємств);

10) державні бар’єри (наявність законодавчих, неюридичних та культурних обмежень на розташування підприємств);

11) торговельні союзи (урахування діючих умов торговельних угод між країнами, що дають переваги нових ринків або низькі загальні витрати при розміщенні підприємств у країнах союзів);

12) екологічні вимоги (наявність екологічного законодавства і ступінь впливу виробництва на довкілля, фінансові наслідки і взаємовідносини з місцевим населенням);

13) країна-споживач (зацікавленість країни в розміщенні на своїй території іноземного підприємства, урахування якості життя та освітнього рівня населення);

14) конкурентоспроможні переваги (розташування штаб-квартир, баз та окремих частин бізнесу в країнах та регіонах, де сприяють інноваціям і забезпечують ліпші умови для глобальної конкурентоспроможності).

Джерело постачання В.

Пункти де можна розташувати підприємство:

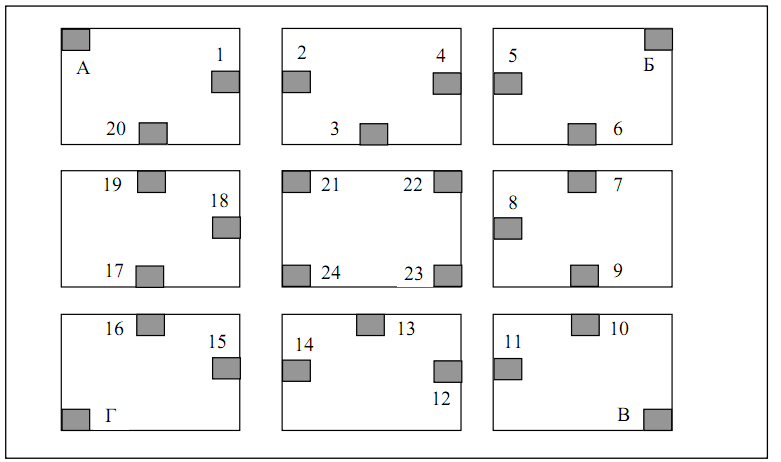
12 – звичайний район: К1 = 1,0; К2 = 1,0; К3 = 1,0; К4 = 1,0; К5 = 0,025; К6 = 0,12.;

1 – звичайний район: К1 = 1,0; К2 = 1,0; К3 = 1,0; К4 = 1,0; К5 = 0,025; К6 = 0,12.;

9 – район з розвинутою інфраструктурою, К1 = 1,25; К2 = 1,15; К3 = 1,1; К4 = 1,0; К5 = 0,3; К6 = 0,1;

23 – елітний центральний район з розвинутою інфраструктурою, К1 = 1,25; К2 = 1,15; К3 = 1,3; К4 = 1,0; К5 = 0,3; К6 = 0,1;

Визначимо схеми маршрутів руху та відстань доставки товарів в км.



Довжина маршруту до пункту 12 становить 7,5 км;

Довжина маршруту до пункту 1 становить 20 км,

Довжина маршруту до пункту 9 становить 6 км,

Довжина маршруту до пункту 23 становить 9,5 км.

Визначимо масу матеріалів та сировини, що будуть перевезені по кожному з маршрутів впродовж року: Р = 1107 тис. чол., М = 2,3 кг

Q 12 = (1107000 х 0,025 х 0,12 х 2,3) / 1000 = 7,64 тонн

Q1 = (1107000 х 0,025 х 0,12 х 2,3) / 1000 = 7,64 тонн

Q9 = (1107000 х 0,3 х 0,1 х 2,3) / 1000 = 76,4 тонн

Q23 = (1107000 х 0,3 х 0,1 х 2,3) / 1000 = 76,4 тонн

Визначимо виручку Д підприємства за рік по кожному з маршрутів впродовж року: ц = 27 грн.

Д 12 = 27 х 1107000 х 0,025 х 0,12 = 89667 грн.

Д 1 = 27 х 1107000 х 0,025 х 0,12 = 89667 грн.

Д 9 = 27 х 1107000 х 0,3 х 0,1 = 896670 грн.

Д 23 = 27 х 1107000 х 0,3 х 0,1 = 896670 грн.

Визначимо витрати, які залежать від місця розташування підприємства:

В1 12 = 1,0 х 7,5 х 1 х 1,16 х 7,64 = 66,47 грн.

В1 1 = 1,0 х 20 х 1 х 1,16 х 7,64 = 177,25 грн.

В1 9 = 1,25 х 6 х 1 х 1,16 х 76,4 = 664,68 грн.

В1 23 = 1,25 х 9,5 х 1 х 1,16 х 76,4 = 997,02 грн.

В2 12 = 1,0 х 155 х 1,4 х 5 х 12 = 13020 грн.

В2 1 = 1,0 х 155 х 1,4 х 5 х 12 = 13020 грн.

В2 9 = 1,15 х 155 х 1,4 х 5 х 12 = 14973 грн.

В2 23 = 1,15 х 155 х 1,4 х 5 х 12 = 14973 грн.

В3 12 = 1,0 х 3,3 х 120 х 12 = 4752 грн.

В3 1 = 1,0 х 3,3 х 120 х 12 = 4752 грн.

В3 9 = 1,1 х 3,3 х 120 х 12 = 5227,2 грн.

В3 23 = 1,3 х 3,3 х 120 х 12 = 6177,6 грн.

В4 12 = 90000 х 0,013 х 1,0 = 1170 грн.

В4 1 = 90000 х 0,013 х 1,0 = 1170 грн.

В4 9 = 90000 х 0,013 х 1,0 = 1170 грн.

В4 23 = 90000 х 0,013 х 1,0 = 1170 грн.

В5 12 = 89667 х 0,26 х 0,2 = 4662,7 грн.

В5 1 = 89667 х 0,26 х 1,0 = 23313,4 грн.

В5 9 = 896670 х 0,26 х 1,0 = 233134,2 грн.

В5 23 = 896670 х 0,26 х 1,0 = 233134,2 грн.

Визначимо брутто прибуток для кожного з варіантів розташування підприємства – табл. 4.1

Таблиця 4.1 – Зведена таблиця розрахунків брутто-прибутку

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Варіант | Д, грн. | В1 | В2 | В3 | В4 | В5 | Σ В грн. | БП грн. | Висновок |
| 12 | 89667 | 66,47 | 13020 | 4752 | 1170 | 4662,7 | 23671,2 | 65995,83 | 1 |
| 1 | 89667 | 177,25 | 13020 | 4752 | 1170 | 23313,4 | 42432,7 | 47234,35 | 4 |
| 9 | 896670 | 664,68 | 14973 | 5227,2 | 1170 | 233134,2 | 255169 | 641500,9 | 2 |
| 23 | 896670 | 997,02 | 14973 | 6177,6 | 1170 | 233134,2 | 256452 | 640218,2 | 3 |

Отже, з 4 варіантів місця розташування підприємства найоптимальнішим згідно розрахунків виявився варіант 12, що знаходиться у звичайному районі, довжина маршруту до пункту становить 7,5 км, брутто-прибуток за цим варіантом становитиме 65995,83 грн.

Також варіантом із досить високим брутто-прибутком є варіант 9, що знаходиться у районі з розвинутою інфраструктурою довжина маршруту до пункту становить 6 км, брутто-прибуток за цим варіантом становитиме 641500,9 грн.

Найгіршим варіантом виявився варіант 1.

**5. Розрахунок потреби в капіталі, необхідному для початку підприємницької діяльності**

Потреба в капіталі для фінансування господарської діяльності підприємства виникає в таких випадках:

– у разі заснування певного підприємства або започаткування виробництва нових видів продукції;

– якщо планується суттєве розширення виробництва, яке неможливо забезпечити за наявних потужностей;

– у разі технічного переозброєння наявних засобів з метою підвищення продуктивності виробництва чи поліпшення якості продукції.

На обсяги потреби в капіталі для фінансування основних засобів і нематеріальних активів впливають фактори:

– вид діяльності (галузь);

– місце розташування підприємства;

– обсяги виробництва продукції та їх види;

– первісна вартість активів, які заплановано придбати;

– вартість модернізації існуючих основних засобів;

– строк окупності інвестицій.

Базою для визначення потреби в капіталі для визначення придбання основних засобів і нематеріальних активів є план (бюджет) виробництва продукції.

Поряд з прогнозними обсягами виробництва і реалізації продукції на додаток до плану також наводиться перелік виробничих машин, обладнання, технічної документації, технологій, ноу-хау, будівель, споруд, які слід придбати для того, щоб забезпечити необхідних для виробництва планових обсягів продукції рівень технічної потужності. Виробнича потужність підприємства розраховується, виходячи з технічних норм продуктивності устаткування і виходів продукції з сировини. Технічні норми продуктивності основного технологічного устаткування і річний фонд робочого часу беруть в розрахунках відповідно до галузевих і інструкцій з визначення виробничих потужностей підприємств. Для встановлення ступеня використання виробничої потужності підприємства робиться розрахунок середньорічної потужності по кожному виду продукції з урахуванням введення і вибуття потужностей протягом року. Річна виробнича потужність обладнання визначається множенням середньорічної змінної потужності на число змін роботи в році. Використання потужностей (у%) визначається діленням річного планового випуску продукції на річну потужність і множенням отриманого результату на 100%.

Отже, необхідна кількість основного технологічного устаткування розраховується, виходячи з його продуктивності: відношення планового приросту обсягів виробництва продукції до прибутковості одиниці обладнання протягом року.

Обсяг потреби в фінансових ресурсах для фінансування придбання основних засобів і нематеріальних активів розраховується, виходячи із їх первісної вартості та кількості.

Первісна вартість основних засобів та нематеріальних активів – це вартість окремих об'єктів основних засобів (нематеріальних активів), за якою вони зараховуються на баланс підприємства.

Ця вартість включає такі витрати:

– витрати на виготовлення чи придбання активів;

– транспортні витрати, пов'язані з доставкою засобів на підприємство;

– страхування під час транспортування;

– витрати, пов'язані з державною реєстрацією відповідних засобів (якщо це передбачено законодавством);

– митні платежі, інші непрямі податки, що не підлягають відшкодуванню;

– сплата комісійних винагород;

– вартість монтажу (спорудження, встановлення);

– витрати на реконструкцію, модернізацію та інші види поліпшення основних засобів;

– інші витрати, пов'язані з придбанням активів та доведення їх до стану, в якому вони придатні для використання за призначенням.

Обсяг потреби в фінансових ресурсах для фінансування придбання основних засобів і нематеріальних активів розраховується, виходячи із їх первісної вартості та кількості. Капітал, необхідний для фінансування даних витрат, повинен бути мобілізований на довгостроковий період та повинен мати інвестиційний характер. Потреба в капіталі для фінансування необоротних активів є основною складовою бюджету інвестицій.

Визначимо загальні витрати, згідно варіанту дані наведені в таблиці 5.1 (дані за січень) та в таблиці 5.2, де наведені коефіцієнти зміни витрат по місяцям.

Таблиця 5.1 – Основні витрати за січень

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| , тис. грн. | , тис. грн. | , тис. грн. | , тис. грн. | , тис. грн. |
| 63 | 257 | 7 | 23 | 6 |

Таблиця 5.2 – Коефіцієнти зміни витрат по місяцях

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Г* | січ. | лют. | бер. | квіт. | трав. | черв. | лип. | серп. | вер. | жовт. | лист. | груд. |
|  | 1 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,1 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,2 |
|  | 1 | 3 | 1 | 1,3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | 1 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,1 |
|  | 1 | 1 | 0 | 1,1 | 1,1 | 1,5 | 1,2 | 1,2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|  | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Конкретні витрати, з врахуванням коефіцієнтів, та загальні витрати по місяцям наведені в таблиці 5.3

Таблиця 5.3 – Витрати по місяцям

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| місяць | , тис. грн. | , тис. грн. | , тис. грн. | , тис. грн. | , тис. грн. | ∑*Г*, тис. грн. |
| Січень | 63 | 257 | 7 | 23 | 6 | 356 |
| Лютий | 63 | 771 | 5,6 | 23 | 12 | 874,6 |
| Березень | 75,6 | 257 | 5,6 | 0 | 12 | 350,2 |
| Квітень | 75,6 | 334,1 | 5,6 | 25,3 | 6 | 446,6 |
| Травень | 75,6 | 0 | 7,7 | 25,3 | 0 | 108,6 |
| Червень | 75,6 | 0 | 7,7 | 34,5 | 0 | 117,8 |
| Липень | 69,3 | 0 | 7,7 | 27,6 | 0 | 104,6 |
| Серпень | 75,6 | 0 | 7,7 | 27,6 | 0 | 110,9 |
| Вересень | 75,6 | 0 | 7,7 | 23 | 0 | 106,3 |
| Жовтень | 75,6 | 0 | 7,7 | 23 | 0 | 106,3 |
| Листопад | 75,6 | 0 | 7,7 | 23 | 0 | 106,3 |
| Грудень | 75,6 | 0 | 7,7 | 23 | 0 | 106,3 |

Побудуємо графік зміни щомісячних загальних витрат рис 5.1.



Рис. 5.1 – Графік зміни загальних щомісячних витрат

Таблиця 5.4 – Дані по реалізації продукції

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Р*, грн. | *N*, тис. шт. (по місяцям) | | | | | | | | | *ВК*, тис. грн. |
| 4-й | 5-й | 6-й | 7-й | 8-й | 9-й | 10-й | 11-й | 12-й |
| 65 | 0,1 | 0,3 | 0,6 | 0,8 | 1,0 | 1,4 | 3,6 | 3,9 | 3,9 | 1280 |

Визначаємо прибуток по місяцям, використовуючи дані таблиці 5.4, див. таблицю 5.5

Таблиця 5.5 – Величина щомісячного прибутку

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| місяць | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Прибуток  (тис. грн.) | 6,5 | 19,5 | 39 | 52 | 65 | 91 | 234 | 253,5 | 253,5 |

Будуємо графік щомісячної потреби в капіталі, див. рис. 5.2. Для побудови графіка потрібно визначити величину реальних потреб в капіталі.

Використовуючи таблиці 5.3 та 5.5 знайдемо реальну потребу в капіталі. Результати розрахунку представлені в таблиці 5.6.

Таблиця 5.6 – Реальна щомісячна потреба в капіталі (тис. грн.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| місяць | 1-й | 2-й | 3-й | 4-й | 5-й | 6-й | 7-й | 8-й | 9-й | 10-й | 11-й | 12-й |
| прибуток |  |  |  | 6,5 | 19,5 | 39 | 52 | 65 | 91 | 234 | 253,5 | 253,5 |
| витрати, | 356 | 874,6 | 350,2 | 446,6 | 108,6 | 117,8 | 104,6 | 110,9 | 106,3 | 106,3 | 106,3 | 106,3 |
| Потреба в капіталі | 356 | 874,6 | 350,2 | 440,1 | 89,1 | 78,8 | 52,6 | 45,9 | 15,3 | -127,7 | -147,2 | -147,2 |



Рисунок 5.2 – Графік щомісячної потреби в капіталі

Як видно з графіка потреба в капіталі буде відчуватись протягом перших дев’яти місяців.

Розраховуємо величину стартового капіталу. Для даного варіанту величину стартового капіталу дорівнює:

356 + 874,6 + 350,2 + 440,1+89,1+78,8+52,6+45,9+15,3 = 2302,6 тис. грн.

Розраховуємо величину капіталу покриття.

Власний капітал 1280 тис. грн.

За рахунок власного капіталу підприємства зменшаться щомісячні витрати наступним чином:

січень – 356–356=0 тис. грн.;

власного капіталу залишилось 1289–356=924 тис. грн.;

лютий – 924 – 874,6 = 49,4 тис. грн.;

березень 350,2 – 49,4 = 300,8 тис. грн.

Потреба капіталу покриття по місяцям наведено в таблиці 5.7.

Таблиця 5.7 – Потреба капіталу покриття по місяцям

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Місяць | Потреба, тис. грн. | Лишок з ВК, тис. грн. | Покриття потреб, тис. грн. |
| 1 | 356 | 924 | 0 |
| 2 | 874,6 | 49,4 | 0 |
| 3 | 350,2 |  | 300,8 |
| 4 | 440,1 |  | 440,1 |
| 5 | 89,1 |  | 89,1 |
| 6 | 78,8 |  | 78,8 |
| 7 | 52,6 |  | 52,6 |
| 8 | 45,9 |  | 45,9 |
| 9 | 15,3 |  | 15,3 |
| 10 | -127,7 |  | -127,7 |
| 11 | -147,2 |  | -147,2 |
| 12 | -147,2 |  | -147,2 |

Будуємо графік щомісячної потреби капіталу покриття, див. рис. 5.3.



Рисунок 5.3 – Покриття потреби капіталу у часі

Отже, загальна величина потреби в капіталі, складає:

0 + 0 + 300,8 + 440,1 + 89,1 +78,8 + 52,6 + 45,9 + 15,3 = 1022,6 тис. грн.

Визначимо реальні джерела покриття потреби в капіталі. Це можуть бути, наприклад, позики (позички), кредити комерційних банків, інвестиції зацікавлених осіб тощо.

Чистий прибуток підприємства дорівнює: 127,7 + 147,2+147,2 = 422,1 тис. грн.

Середньомісячний прибуток дорівнює: 422,1 тис. грн./ 3 = 140,7 тис. грн.

Визначаємо реальні джерела покриття потреб. Згідно завдання – це позика.

Визначаємо термін повернення взятої позики.

Величина позики дорівнює: 1022,6 тис. грн. Починаючи з 10-ого місяця підприємство починає отримувати середньомісячний прибуток в 140,7 тис. грн. Припустимо, що 50% цієї суми, тобто 70,35 тис. грн. спрямовано на повернення позики. Тоді термін повернення позики буде дорівнювати:

1022,6 тис. грн./70,35 (тис. грн./міс.) = 14,5≈ 15 міс.

Загальний термін на який потрібно взяти позику дорівнює: 7+15 = 22 міс.

За перший місяць затрати повністю покриваються власним капіталом.

Щоб отримати ці кошти підприємство бере позику в розмірі 1022,6 тис. грн. і зможе повернути її лише через 22 місяці.

Проведені розрахунки є приблизними, адже вони не враховують ні інфляції, ні процентних ставок і т. п. На момент відкриття підприємства це є найважливіший підрахунок, адже від його правильності залежить прибуток підприємства на початку його діяльності [1].

**6. Розрахунок податку з прибутку та податку на додану вартість, що їх сплачує суб’єкт підприємництва – юридична особа**

Податки є важливою ланкою фінансових відносин у суспільстві і як форма фінансових відносин виникають одночасно з появою держави. З розвитком товарно-грошових відносин оподаткування здійснюється в основному в грошовій формі. Податки – це обов'язкові платежі, що їх встановлює держава для юридичних і фізичних осіб з метою формування централізованих фінансових ресурсів, які забезпечують фінансування державних витрат.

Суспільне призначення податків виявляється в тих функціях, які вони виконують. У спеціальній літературі автори називають різні функції податків. Найбільш поширеним є погляд, що податки виконують дві основні функції – фіскальну та регулюючу.

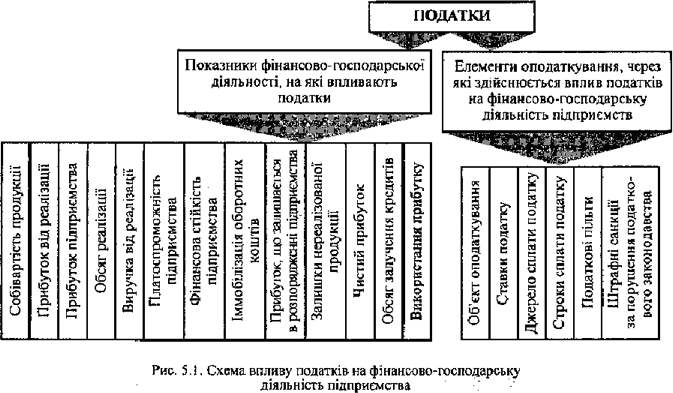


Рис. 6.1 – Вплив податків на фінансово-господарську діяльність підприємства

Фіскальна функція податків полягає в мобілізації коштів у розпорядження держави та формуванні централізованих фінансових ресурсів для забезпечення виконання функцій держави. Вона реалізується через розподіл частини валового національного продукту. Фіскальна функція є дуже важливою для характеристики податків, їхнього суспільного призначення. Для реалізації цієї функції важливе значення має постійність і стабільність надходження коштів в розпорядження держави.

З підвищенням ролі держави зростає значення регулюючої функції податків. Ця функція реалізується через вплив податків на різні напрямки, показники діяльності суб'єктів господарювання (рис. 6.1). Використання податків у цій функції є достатньо складним процесом і залежить від правильного вирішення таких питань:

1. Установлення об'єкта оподаткування та методики його визначення. Згідно з чинним законодавством оподатковуються валовий дохід, прибуток, вартість майна, сума виплаченої заробітної плати, вартість товарної продукції, обсяг реалізації та ін.

2. Визначення джерел сплати податків. Такими джерелами можуть бути: прибуток (за стягнення податку на прибуток); собівартість (відрахування в цільові державні фонди, сплата місцевих податків і зборів); частина виручки від реалізації продукції (сплата мита, акцизного збору, податку на додану вартість).

3. Установлення розміру ставок податків і методики їх розрахунку. Розмір ставок податків є дуже складною проблемою оподаткування, що істотно впливає на здійснення фіскальної і регулюючої функцій податків. Податкові ставки можуть бути універсальними і диференційованими. Вони можуть встановлюватися в грошовому вираженні на одиницю оподаткування або у відсотках до об'єкта оподаткування. Відсоткові ставки оподаткування можуть бути: пропорційними (не залежать від розміру об'єкта оподаткування), прогресивними (зростають зі збільшенням об'єкта оподаткування), регресивними (знижуються зі збільшенням об'єкта оподаткування).

4. Установлення термінів сплати податків. Для різних податків вони різні і залежать від об'єкта оподаткування, розміру податків і джерел сплати. Для уникнення негативного впливу податків на фінансово-господарську діяльність важливе значення має запобігання тимчасовій іммобілізації оборотного капіталу підприємства для сплати податків. 5. Надання податкових пільг. Пільги істотно впливають на здійснення регулюючої функції податків і можуть надаватися окремим платникам податків, а також визначатися для окремих об'єктів оподаткування.

6. Застосування штрафних санкцій за порушення податкового законодавства суб'єктами господарювання. Штрафні санкції застосовуються за таких порушень: неподання або несвоєчасне подання необхідних документів, форм звітності до податкової адміністрації; несплата в установлений термін податків та інших обов'язкових платежів державі; приховування об'єктів від оподаткування, умисне заниження суми податку. При цьому регулююча функція податку залежатиме від розміру фінансових санкцій та джерела їх сплати.

У процесі реалізації регулюючої функції податків виявляється її вплив на такі показники фінансово-господарської діяльності підприємств: собівартість продукції, прибуток від реалізації, прибуток підприємства, обсяг реалізації, виручка від реалізації, чистий прибуток, швидкість обертання оборотних коштів, платоспроможність, фінансова стійкість, іммобілізація оборотних коштів, обсяг залучення кредитів.

Платниками податку на прибуток є резиденти та нерезиденти. З числа резидентів платниками податку є суб'єкти господарської діяльності, бюджетні, громадські та інші підприємства, установи й організації, які здійснюють діяльність, спрямовану на отримання прибутку на території України і за її межами. З числа нерезидентів платниками податку є фізичні особи, а також юридичні особи, створені у будь-якій організаційно-правовій формі, які отримують доходи, джерелом походження котрих є Україна (крім установ і організацій, що мають дипломатичний статус).

Платник податку, який має відокремлені підрозділи (філії), може прийняти рішення щодо сплати консолідованого податку на прибуток.

Валовий дохід – це загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, так і за її межами.

Для визначення сум оподаткованого прибутку важливе значення має розрахунок валових витрат.

До складу валових витрат слід включати:

1. Суми будь-яких витрат, сплачених (нарахованих) протягом звітного періоду і пов'язаних з підготовкою, організацією, веденням виробництва, продажем продукції (робіт, послуг), та охороною праці. Таким чином, у валові витрати будуть включені матеріальні витрати і витрати на оплату праці.

Датою збільшення валових витрат вважається дата, котра припадає на податковий період, протягом якого раніше відбувалася подія:

* списання коштів з банківських розрахунків на оплату товарів;
* оприбуткування товарів, а для робіт (послуг) – дата фактичного їх отримання.

Розрахуємо величину податку на прибуток. Для розрахунку використаємо дані завдання.

Таблиця 6.2 – Дата настання валового доходу та валових витрат

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Квартал | ВД | ВВ |
| І | 21.01 | 11.02 |
| II | 26.06 | 15.06 |
| III | 23.09 | 17.09 |
| IV | 20.12 | 19.11 |

1. І квартал *Ппзаг* =(235000 – 45000)∙0,25 = 47500 грн.

ІІ квартал *Ппзаг* = (200000 – 41000) ∙0,25 = 39750 грн.

ІІІ квартал *Ппзаг*= (242000 – 58000)∙0,25 = 46000 грн.

IV квартал *Ппзаг* = (200000 – 65000)∙0,25 = 33750 грн.

Прік = 167000 грн.

2. Якщо продукція відвантажена з неї вже платиться податок на прибуток, а реальних грошей на підприємстві в цьому випадку немає. Отже може бути так, що у підприємства не буде з чого заплатити податок.

3. Коригувати величину податку на прибуток в певному кварталі можна зменшуючи чи збільшуючи валові надходження або валові витрати, змінюючи дату фіксації валового доходу або валових витрат.

Отже, підприємство за рік сплатить податок на прибуток в сумі 167000 грн.

Акцизний збір – це непрямий податок на окремі товари (продукцію), визначені законом як підакцизні, який включається до ціни цих товарів (продукції) (ст. 1 Декрету №18–92).

Відповідно до ст. 2 Декрету Кабінету Міністрів України від 26 грудня 1992 року №18–92 «Про акцизний збір» зі змінами та доповненнями платниками акцизного збору є:

а) суб'єкти підприємницької діяльності, а також їх філії, відділення (інші відокремлені підрозділи) – виробники підакцизних товарів на митній території України, у тому числі з давальницької сировини по товарах (продукції), на які встановлено ставки акцизного збору у твердих сумах, а також замовники, за дорученням яких виготовляється продукція на давальницьких умовах по товарах, на які встановлено ставки акцизного збору у відсотках до обороту, які сплачують акцизний збір виробнику;

б) нерезиденти, які здійснюють виготовлення підакцизних товарів (послуг) на митній території України безпосередньо або через їх постійні представництва чи осіб, прирівняних до них згідно із законодавством;

в) будь-які суб'єкти підприємницької діяльності, інші юридичні особи, їх філії, відділення, інші відокремлені підрозділи, які імпортують на митну територію України підакцизні товари, незалежно від наявності внесених до них іноземних інвестицій;

г) фізичні особи – резиденти або нерезиденти, які ввозять (пересилають) підакцизні речі або предмети на митну територію України у вигляді супроводжувального або несупроводжувального багажу, а також фізичні особи, які одержують такі підакцизні речі (предмети), переслані (надіслані) з-за митного кордону України у вигляді поштових чи інших відправлень або несупроводжувального багажу, в обсягах або вартістю, що перевищують норми безмитного провезення (пересилання) для таких фізичних осіб, визначені митним законодавством;

д) юридичні або фізичні особи, які купують (одержують в інші форми володіння, користування або розпорядження) підакцизні товари у податкових агентів.

Для даного підприємства необхідні показники занесемо до табл. 6.3.

###### Таблиця 6.3 – Показники S, Р, α для всіх видів виробів [7]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Товари | Собівартість одного виробу, грн. | Плановий прибуток, грн. | Ставка акцизного збору α, в відносних одиницях | Кількість виробів, шт. |
| А | 5000 | 500 | 0,20 | 3000 |
| Б | 7000 | 2000 | 0,20 | 4000 |
| В | 1800 | 300 | 0,50 | 50000 |

Розрахуємо акцизний збір. Результати розрахунку наведені в таблиці 6.4

###### Таблиця 6.4 – Величина акцизного збору та ціни 1 виробу (грн.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Товари | Акзицний збір з 1 виробу | Вільна ринкова ціна 1 виробу | Акзицний збір з загальної кількості виробів |
| А | 1375,00 | 6875,00 | 4125000 |
| Б | 2250,00 | 11250,00 | 9000000 |
| В | 2100,00 | 4200,00 | 105000000 |
| Всього акцизний збір |  |  | 118125000 |

Податок на додану вартість – це частина новоствореної вартості на кожному етапі виробництва продукції (виконання робіт, надання послуг), що надходить до бюджету після їх реалізації. Інакше кажучи, ПДВ – це непрямий податок, який стягується до бюджету у вигляді надбавки до ціни товару, який сплачується споживачами.

Незважаючи на те, що податок на додану вартість використовується в Україні вже 8 років, він був і залишається «terra incognito» як для платників, так і збирачів. ПДВ, був запроваджений як альтернатива податку з обороту та податку з продажу. Це був цікавий експеримент, бо за своїм змістом ПДВ найкраще працює в демонополізованій економіці з мінімальним застосуванням «внутрішньокорпоративних» цін та відсутністю так званих «зв'язаних осіб». Натомість, головна мета планової системи є зворотною – підтримання планового ціноутворення, збереження єдиного власника в особі держави.

ПДВ, сплачений у ціні придбання товарів (робіт, послуг), вартість яких відноситься до складу основних фондів чи нематеріальних активів, що підлягають амортизації (тобто відносяться до податкового кредиту).

Платник ПДВ має право на отримання податкового кредиту тільки за умови, якщо придбання будь-якого товару підтверджується податковими чи митними деклараціями, а при імпорті робіт (послуг) – актом, прийняття робіт (послуг) чи банківським документом, який засвідчує перерахування коштів в оплату вартості таких робіт (послуг).

Зазначимо необхідні дані для проведення розрахунків в табл. 6.5.

Таблиця 6.5 – Початкові дані

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Операції | Виготовлена продукція | | | Отримані матеріали | | |
| Сума у  вільних  цінах  грн. | Дата  відванта-  ження | Дата  отримання  коштів | Сума у  вільних  цінах  грн. | Дата  списання  коштів з  рахунку | Дата  виписки  податкової  накладної |
| А | 3200000 | 19.02 | 17.01 | 1200000 | 5.01 | 7.01 |
| Б | 3230000 | 18.02 | 13.03 | 1250000 | 21.02 | 28.02 |
| В | 350000 | 13.03 | 24.04 | 105000 | 16.03 | 2.03 |

Визначимо дату виникнення податкового кредиту.

Таблиця 6.6 – Дати виникнення податкового кредиту

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид операції | А | Б | В |
| Дата виникнення податкового кредиту | 5.01 | 28.02 | 2.03 |

Датою виникнення податкових зобов'язань є подія, що протягом податкового періоду сталася раніше: це – або дата надходження грошей від покупця, або це ⎯ дата відвантаження товару. В цей момент виникає обов’язок сплатити до бюджету ПДВ.

Таблиця 6.7 – Дати виникнення податкових зобов’язань згідно з двома методами

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Метод | А | Б | В |
| Касовий | 17.01 | 13.03 | 24.04 |
| Виникнення податкових зобов’язань | 19.02 | 18.02 | 13.03 |

Розмір ПДВ, що реально повинен бути сплачений підприємством визначається як різниця між податковим зобов’язанням і податковим кредитом. Термін сплати ⎯ до 20 числа кожного за звітним періодом місяця.

Метод моменту відвантаження:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| січень | -130000 | грн. |
| лютий | 995000 | грн. |
| березень | 446000 | грн. |
| Всього | 1311000 | грн. |

Загальна сума ПДВ за методом моменту відвантаження складе: 1311000 грн.

В даному розділі розраховано податок на прибуток, податок на додану вартість за двома методами, сума акцизного збору. Серед методів нарахування акцизного збору кращім методом вважається той, сума акцизного збору за яким найбільша [3].

7. Розрахунок товарного запасу та оцінювання повноти торгового асортименту магазину

Асортимент продукції – це сукупність її видів, різноманітність та сортамент, які об’єднані конкретною ознакою.

Формування асортименту продукції на підприємстві є складним процесом, який здійснюється з урахуванням дії цілого ряду факторів. Ці фактори поділяються на загальні та специфічні. До загальних факторів відносять споживчий попит та виробництво товарів. Специфічними факторами є умови товаропостачання, чисельність та спеціалізація підприємств або склад населення, яке обслуговується, транспортні умови, наявність інших конкурентних підприємств в зоні діяльності.

Споживчий попит є основним фактором, який впливає на формування асортименту, і направлений на максимальне задоволення попиту споживача і разом з цим – на активний вплив на попит в сторону його розширення. Формування асортименту та споживчий попит в своєму розвитку взаємозв’язані. Суттєві зміни в попиті повинні відбиватися в сформованому асортименті.

При формуванні асортименту продукції (товарів), враховуються деякі особливості попиту. Попит на непродовольчі товари менш стійкий ніж на продовольчі товари, яким притаманна висока степінь стійкості, а в окремих випадках – консервативність. Споживач звикає до конкретних видів продукції, тому важливо досягнути стабільності в формуванні асортименту таких товарів, забезпечуючи їх безперебійний продаж.

При формуванні асортименту товарів, треба враховувати фактор взаємної заміни. У випадку відсутності у продажі потрібного товару покупець, як правило, не відкладає покупку, а буде шукати йому заміну.

На формування асортименту впливає також характер попиту. Розрізняють попит стійкий, альтернативний та імпульсивний.

Суттєвим фактором формування асортименту являється ціна товару. Покупець обов’язково визначає для себе граничну ціну, або діапазон цін в границях якого він збирається заплатити за покупку. Тому одним із критеріїв раціонального формування асортименту продукції є забезпечення співставлення продукції з різною ціною.

Формування асортименту продукції на підприємстві дозволяє забезпечити задоволення споживчого попиту, підвищення економічної ефективності підприємства та рівня обслуговування замовників (населення).

Від складу та своєчасного оновлення асортименту продукції на підприємстві, в значній мірі, залежить степінь задоволення попиту, витрати населення, які пов’язані з покупкою товарів, кількісні та якісні показники господарської діяльності підприємства. Відсутність в пропозиції окремих товарів, їх вузький, нестабільний або не відповідаючи запитам покупців асортимент, породжують незадоволений попит, збільшуючи витрати часу споживача на пошук необхідної продукції, негативно відбивається на економічній ефективності діяльності підприємства. Тому при формуванні асортименту товарів важливою вимогою являється максимальне задоволення попиту споживачів при мінімальних витратах часу на пошук та здійснення покупки і забезпечення найбільшої ефективної роботи підприємства.

Процес формування асортименту продукції (товару) складається з 3-х етапів.

На першому етапі фірма встановлює груповий асортимент продукції. Ця робота проводиться на основі маркетингових досліджень в області цільового ринку. В залежності від цього визначаються місце та роль підприємства в загальній системі цільового забезпечення та обслуговування споживача.

На другому етапі формування асортименту проводяться розрахунки структури групового асортименту, визначаються кількісні співвідношення окремих груп товарів. Структура групового асортименту встановлюється з урахуванням того сегменті що займає підприємство, його територіальне розміщення та багато інших факторів.

На третьому – заключному етапі визначається внутрішньо-груповий асортимент, здійснюється підбір конкретних видів продукції в границях кожної групи. Це найбільш відповідальний етап, і від того, наскільки вірно сформовано тут асортимент продукції, залежить задоволення попиту покупців цільового ринку.

На кінцевому етапі робота по формуванню асортименту ведеться з урахуванням очікування змін в попиті споживача, а також виходячи із наявних виробничих потужностей, складських та торгових площ, розрахункових показників товарообігу, контингенту споживачів що обслуговується та інших факторів.

Формування асортименту залежить від асортиментного переліку продукції підприємства.

Отже, розробка кожним конкретним підприємством асортиментного переліку продукції та здійснення контролю за його дотриманням веде до кращого обслуговування споживачів цільового ринку та створення стійкого асортименту. У випадку виявлення відсутності в продажі товарів, які передбачені асортиментом, підприємство повинно приймати міри по їх виготовленню та пред’явлення для реалізації споживачу.

Наявність асортиментного переліку дозволяє не тільки раціонально регулювати асортимент товарів, але і систематично контролювати його повноту та стабільність.

Визначимо початкові дані для проведення розрахунків необхідних показників в табл. 7.1.

Таблиця 7.1 – Початкові дані для проведення розрахунків

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Варіант | Асортимент товарів | Д роб., дні | Перевірки | | | |
|  |  |  |  |
| 18 | О, П, Р, С, Т, У | 28 | 2 | 2 | 6 | 6 |

К ст. = (3 + 2 + 6 +6) / 6 х 4 = 0,71

Різновиди товарів, а також інші характеристики наведено в таблиці 7.2

Таблиця 7.2 – Різновиди товарів і характеристик

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Товар | К тз | Н зал., дні | Q пл., шт | З с.м., шт | Q с.м., шт |
| О | 0,15 | 4 | 7030 | 710 | 6810 |
| П | 0,38 | 9 | 610 | 310 | 510 |
| Р | 0,11 | 3 | 10000 | 500 | 9500 |
| С | 0,17 | 5 | 12000 | 1000 | 11000 |
| Т | 0,44 | 14 | 100000 | 40000 | 95000 |
| У | 0,45 | 13 | 50000 | 20000 | 49500 |

Для кожного різновиду товару розрахуємо величину запасуна початок місяцю використовуючитакі методів:

Визначимо коефіцієнт товарного запасу Ктз розраховується за формулою:

(7.1)



де Зп – запас товару даного різновиду на початок місяця (або на останній день місяця), натуральних одиниць;

Q с.м. – середньомісячний обсяг реалізації товару даного різновиду за місяць, натуральних одиниць.

Підставивши значення з таблиці 7.2 у формулу 7.1 отримаємо:

|  |  |
| --- | --- |
| Товар | К тз |
| О | 0,155 |
| П | 0,455 |
| Р | 0,116 |
| С | 0,185 |
| Т | 0,463 |
| У | 0,455 |

Тоді запас товару даного різновиду на початок місяця Зп можна розрахувати за формулою:

Зп=КтзQпл, (7.2)



де Ктз – коефіцієнт товарного запасу;

Qпл – плановий обсяг реалізації товарів даного різновиду за місяць, нат. одиниць.

Підставивши значення з таблиці 7.2 у формулу 7.2 отримаємо:

|  |  |
| --- | --- |
| Товар | З поч |
| О | 1054,5 |
| П | 231,8 |
| Р | 1100 |
| С | 2040 |
| Т | 44000 |
| У | 22500 |

Знаючи норму запасу Нзал., розрахуємо запас товару даного різновиду на початок місяця Зп:

(7.3)



де Н зал. – норма запасу товару даного різновиду, днів;

Д роб. – число днів роботи магазину за місяць.

Підставивши значення з таблиці 7.2 у формулу 7.3 отримаємо:

|  |  |
| --- | --- |
| Товар | З п |
| О | 1041 |
| П | 203 |
| Р | 1111 |
| С | 2222 |
| Т | 51852 |
| У | 24074 |

Через врахування коливань рівня запасу відносно коливання обсягу реалізації. В цьому випадку запас товару даного різновиду на початок місяця 3п розраховують за формулою:

(7.4)



де Зс.м. – середньомісячний запас товару даного різновиду, нат. одиниць;

Qc.м. – середньомісячний обсяг реалізації товару даного різновиду, натуральних одиниць.

Підставивши значення з таблиці 7.2 у формулу 7.4 отримаємо:

|  |  |
| --- | --- |
| Товар | З п |
| О | 721 |
| П | 340 |
| Р | 513 |
| С | 1045 |
| Т | 41053 |
| У | 20101 |

Із врахуванням базового (мінімального) товарного запасу запас товару 3П на початок місяця розраховується за формулою:

Зп=Qпл + (Зс.м. - Qс.м) (7.5)

де Qпл – плановий обсяг реалізації товарів даного різновиду за місяць, нат. одиниць;

Зс.м. – середньомісячний запас товару даного різновиду, нат. одиниць; Qc.м – середньомісячний обсяг реалізації товару даного різновиду нат. одиниць. Даний метод розрахунку товарних запасів застосовується длямагазинів, де оборотність товарних запасів становить не більше 6-ти разів на рік.

Підставимо значення з табл. 7.2 у формулу 7.5 отримаємо:

|  |  |
| --- | --- |
| Товар | З п |
| О | 930 |
| П | 410 |
| Р | 1000 |
| С | 2000 |
| Т | 45000 |
| У | 20500 |

Таким чином, асортимент формується відповідно до спеціалізації кожного з сегменті ринку. Також асортимент характеризується: – шириною та глибиною. На умовах переходу до ринкових відносин робота по оформленню асортименту в підприємствах значно ускладнюється. Ширина і глибина асортименту реалізуємих товарів залежить в значній мірі від кваліфікації працівників маркетингових служб підприємства та комерційних служб, які повинні володіти широкою інформацією про попит покупців, джерел можливого поступлення товарів, ціни на товари тощо.

Велика кількість товарів призначені для продажу на протязі обмеженого терміну. Міняються запити і смаки покупців, міняються технологічні можливості промисловості. Товари старіють – як технічно, так і морально, психологічно. Тобто товар проходить певний життєвий цикл, фази розвитку.

Виробництво та реалізація товару, які перебувають на стадіях росту чи зрілості зменшує витрати на впровадження, а прибутки від реалізації ростуть. Підприємства часто не виробляють та не продають товари, які перебувають на стадії впровадження, тому що потрібні додаткові витрати на рекламу що значно зменшується товарообіг. Але, в деяких випадках, ризик виправдовується.

**8. Аналіз беззбитковості роботи підприємства**

**Аналіз беззбитковості** чи аналіз витрат, обсягів виробництва і прибутковості підприємства – здійснюється з метою визначення кількості одиниць товару, необхідної для продажу, чи обсягу реалізації послуг, аби окупити всі витрати. Це метод вивчення взаємозв'язку між витратами і доходами при різному рівні виробництва, і саме тому він надзвичайно корисний на стадії підготовки й аналізу майбутнього проекту, а також на стадії його реалізації. Рівень беззбитковості по прибутку досягається при такому обсязі реалізації, виторгу якого досить для покриття всіх операційних витрат, включаючи амортизацію; рівень беззбитковості по грошовому потоці може бути отриманий, якщо замінити суму зносу основних активів на суму, необхідну для погашення заборгованості.

Однією з найважливіших характеристик взаємозв'язку затрат, обсягу виробництва і прибутку є аналіз беззбитковості.

Такий аналіз можливий при системі обліку змінних затрат, основою якої є поділ затрат на постійні та змінні, а також при використанні показника маржинального доходу.

Точка беззбитковості – це такий обсяг реалізації, коли доходи підприємства дорівнюють його затратам, а підприємство не має ні прибутку, ні збитків.

Синонімами поняття точки беззбитковості є точка рентабельності, мертва точка, точка критичного обсягу реалізації.

Аналіз беззбитковості використовують при:

1) започаткуванні нового виду діяльності, наприклад, при організації нового виду виробництва;

2) при розвитку і розширенні того, що вже існує;

3) виготовленні нового виду продукції, наданні нового виду послуг.

Аналіз беззбитковості дає змогу відповісти на такі важливі питання:

Чи зростає можливість беззбиткової роботи компанії, або чи зменшується вона протягом певного періоду часу?

Чи покриє збільшення обсягу продажів затрати на проведення маркетингової програми?

Чи збільшиться прибутковість підприємства після впровадження на ринок нового продукту?

Чи окупиться модернізація виробництва?

Отже, цілі, для яких використовують аналіз беззбитковості, слідуючі:

1) оцінка початкового періоду функціонування нового підприємства;

2) оцінка прибутковості нового виду послуг або нового виду продукції;

3) оцінка прибутковості інвестицій при нарощуванні основного капіталу.

Точка беззбитковості може бути визначена трьома методами:

1) методом рівняння;

2) методом маржинального доходу;

3) графічним методом.

Розрахунок точки беззбитковості, її аналіз є основними аспектами управління постійними і змінними витратами та обсягом реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг). Розрахунок точки беззбитковості дозволяє визначити, за якого обсягу продажу підприємство буде беззбитковим, тобто той обсяг продажу, нижче якого підприємство починає втрачати кошти.

Дані підприємства зведено до таблиці 8.1

Таблиця 8.1 – Дані підприємства

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Варіант | ПВ, грн. | В, грн. | ЗВ, грн. | N, шт. |  |  |  |  |
| 16 | 96500 | 340 | 219 | 1450 | 24 | 12 | 16 | 14 |

Визначимо необхідні показники

|  |  |
| --- | --- |
| Точка беззбитковості | 798 |
| Валова маржа | 175450 |
| Коефіцієнт пропорційності | 0,64 |
| Критичний обсяг реалізації | 96499,4 |

Таким чином, щоб досягти точки беззбитковості підприємству необхідно випустити 798 один, продукції.

Побудуємо графік беззбитковості на рис 8.1.



Рис. 8.1 – Графік взаємозв’язку показників обсягу виробництва, витрат і прибутку

При збільшенні постійних витрат на 24% показники матимуть таке значення:

|  |  |
| --- | --- |
| Точка беззбитковості | 989 |
| Валова маржа | 175450 |
| Коефіцієнт пропорційності | 0,64 |
| Критичний обсяг реалізації | 119659,4 |

Отже, щоб досягти точки беззбитковості підприємству необхідно випустити 989 один, продукції. Критичний обсяг реалізації становитиме 119659,4 грн.

При збільшенні змінних витрат на 12% показники матимуть таке значення:

|  |  |
| --- | --- |
| Точка беззбитковості | 1263 |
| Валова маржа | 137344 |
| Коефіцієнт пропорційності | 0,72 |
| Критичний обсяг реалізації | 119659,3 |

Отже, щоб досягти точки беззбитковості підприємству необхідно випустити 1263 один, продукції. Критичний обсяг реалізації становитиме 119659,3 грн.

При збільшенні ціни реалізації на 16% показники матимуть таке значення:

|  |  |
| --- | --- |
| Точка беззбитковості | 802 |
| Валова маржа | 216224 |
| Коефіцієнт пропорційності | 0,62 |
| Критичний обсяг реалізації | 119659,4 |

Отже, щоб досягти точки беззбитковості підприємству необхідно випустити 802 один, продукції. Критичний обсяг реалізації становитиме 119659,4 грн.

При реалізації 1450 один продукції прибуток підприємства становитиме: П = (394,4 -245,3) х 1450 – 119660 = 96564 грн.

Визначимо зміну положення точки беззбитковості при збільшенні прибутку на 20%. Запланована сума прибутку: 96564 х 1,2 = 110083,0 грн.

ΔП = 110083 – 96564 = 13519 тис. грн.

Додатковий випуск = 13519 / (394,4 – 245,3) = 91 шт.

Точка беззбитковості = 802 + 91 = 893 шт.

Фінансова стійкість – це різниця між реальним та критичним обсягами реалізації продукції. Величина ФС може бути розрахована за формулою:

(8.1)



де ОРф – фактичний обсяг реалізації продукції, грн.;

ОРкр – критичний обсяг реалізації продукції, грн.;

В – ціна реалізації одиниці продукції, грн./шт.;

N – фактичний обсяг реалізації продукції, шт.;

Х6ез – точка беззбитковості, шт.

Фінансовий запас міцності ОР(%) розраховується за формулою:



(8.2)



Фінансова стійкість 255397,3 грн.

Запас фінансової міцності 123,9%

В цілому фінансовий стан підприємства можна вважати стабільним, так як ФС>0. Також підприємство має великий запас міцності = 123,9%

**9. Аналіз впливу структури виробництва на фінансовий стан підприємства**

Стабільність економіки неможлива без фінансової стійкості підприємств, на діяльність яких впливають різноманітні фактори, які і створюють умови функціонування.

Фінансова стійкість підприємства – це комплексне поняття, яке включає в себе постійно стабільний фінансовий стан підприємства при якому ефективно формуються, розподіляються та використовуються фінансові ресурси, забезпечується фінансова незалежність, плато – та кредитоспроможність, розвиток діяльності на поточний та майбутній періоди [1].

На процес формування, розвитку, та стабілізації підприємництва впливає велика кількість різноманітних факторів, які доцільно класифікувати за сферою та характером впливу. Погіршення фінансової стійкості суб'єкта господарювання, як правило, є наслідком спільної дії внутрішніх і зовнішніх факторів.

Термін «зовнішнє середовище» включає у себе різні аспекти: економічні умови господарювання; пануючі у суспільстві техніку й технології; платоспроможний попит споживачів; економічна, фінансова, кредитна політика законодавчої й виконавчої влади; соціальна й економічна ситуації у суспільстві тощо. Зазначені зовнішні фактори справляють вплив на всі аспекти виробничо-фінансової діяльності підприємства і, через них, на його, фінансову стійкість [2].

Зовнішні фактори впливають як на фінансову стійкість, так і на фінансовий стан у цілому. Тому виникає потреба в виявленні та ідентифікації зовнішніх факторів які впливають на фінансову стійкість підприємств, яку науковці відносять до одного з найважливіших завдань, а ефективно проведена їх класифікація повинна не тільки перераховувати більшу кількість факторів, але й створити визначену систему, яка б враховувала їх всіх.

Виходячи з вищесказаного, доцільно звести зовнішні фактори до наведеної класифікаційної системи:

•1) Економічні (податкова політика, рівень інфляції, конкуренція, інвестиційний клімат, стан економіки країни);

•2) Соціально-політичні (соціально-політична стабільність, зовнішньоекономічна політика держави, ефективність економічних зв'язків, зміна умов експорту та імпорту, антимонопольна політика);

•3) Фінансові (процентна ставка, кредитна політика, валютна політика, страхування підприємства);

•4) Демографічні (чисельність та склад населення, рівень життя);

•5) Науково-технічний прогрес (міжнародна конкуренція, інноваційний процес).

Основними факторами фінансової стійкості є податкова й кредитна політика, ступінь розвитку фінансового ринку, страхової справи, зовнішньоекономічних зв'язків, використання порівняльних і абсолютних переваг міжнародного поділу праці.

Наведена класифікація зовнішніх факторів може бути використана як у аналізі фінансової стійкості підприємств, так і в прогнозуванні та визначені стратегії подальшого розвитку господарюючого суб'єкта.

Розглянемо початкові дані для проведення розрахунків в табл. 9.1.

Таблиця 9.1 – Початкові дані для проведення розрахунків

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вироби | Ві, грн./шт | ЗМі, грн./шт | Nі, шт | ПВ, тис. грн | ∆ Nі, у відн. Од |
| А | 133 | 63 | 260 | 205 | +0,27 |
| Б | 143 | 79 | 2600 | +0,41 |
| В | 203 | 113 | 1250 | -0,29 |

Виріб, що виготовляється в найменшій кількості, приймаємо за базовий.

В нашому випадку виріб В. Тоді: Nв = Nбаз= 260 шт.

Виразимо кількість інших видів виробів Ni через кількість виробу, що був взятий за базовий, за наведеною нижче формулою:

(9.1)



де Nбаз – кількість виробів i-го найменування, що був взятий за базовий.

Для нашого випадку:

N А = 260 / 260 = 1 Nбаз

N Б = 2600 / 260 = 10 Nбаз

N В = 1250 / 260 = 5 Nбаз

Оскільки точка беззбитковості означає, що підприємство, виготовивши та реалізувавши певну кількість виробів, не отримує ні прибутків, ні збитків, то формулу 9.1 можна записати у вигляді:

(9.2)



де Nі – кількість виробу і-го найменування, який заплановано виготовити та реалізувати, виражена через кількість виробу, що був взятий за базовий, шт.;

Ві – ціна реалізації виробу і-го найменування, грн./шт.;

ЗВі – змінні витрати в розрахунку на один виріб і-го найменування, грн./шт.;

ПВ – величина постійних витрат, грн.;

n – кількість найменувань (видів) виробів.

Підставивши наші значення у формулу 9.2, отримаємо:

0 = [1NБ (133 – 63) + 10NБ (143 – 79) +5 NБ (203 – 113)] – 205000;

1NБ = 177 шт.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| N А | 177 | шт. |
| N Б | 1767 | шт. |
| N В | 850 | шт. |

Таким, чином, точку беззбитковості утворюють 177 виробів «А», 1770 виробів «Б» та 850 виробів «В».

ПрибутокП, що його отримає підприємство у випадку зміни кількості виробництва та реалізації продукції відносно точки беззбитковості, розраховується за формулою:

, (9.3)



Де ОРкр – критичний обсяг виробництва та реалізації продукції, грн. (дивися практичне заняття 33);

±Nі – збільшення (+) або зменшення (–) обсягів виробництва виробів і-го найменування відносно точки беззбитковості, у відносних одиницях.



Кількість виробів, що утворюють точку беззбитковості:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| N А | 177 | шт. |
| N Б | 1767 | шт. |
| N В | 850 | шт. |

Розрахуємо критичний обсяг виробництва та реалізації продукції ОРкр:

0Ркр = 448695,8 грн.

I, нарешті, розрахуємо прибуток, що його отримає підприємство, у випадку збільшення виробництва та реалізації виробів А, Б та В:

П = 448695,8 х (((133–63)/133 х 0,27) + ((143–79)/143 х 0,41)) + ((203–113)/203 х -0,2911))) – 205000 = -116593,3 грн.

Таким чином, підприємство отримає збиток у 116593,3 грн., змінивши структуру виробництва та реалізації продукції, тому доцільніше буде не змінювати структуру виробництва.

**Висновки**

Теоретичний перший розділ курсової роботи містить теоретичне питання: науково-технічний прогрес: напрямки та економічна ефективність.

Другий розділ курсової роботи розкриває особливості формування установчих документів (статуту) товариства з додатковою відповідальністю.

В другому розділі курсової роботи.

В третьому розділі розроблено комерційну ідею підприємства з виготовлення м яких іграшок, розглянуто чинники, на основі яких можна зробити висновки щодо дієвості ідеї

В четвертому розділі обрано оптимальне місце розташування підприємства.

В п’ятому розділі розраховано потребу в стартовому капіталі для підприємства, що створюється, а також величину покриття потреби капіталу, необхідного для реалізації комерційної ідеї; величину чистого прибутку, яку може підприємство отримати до кінця року.

Результати розрахунків податків представлені в шостому розділі. Розраховано наступні види податків для підприємства:

* податок на прибуток підприємства;
* податок на додану вартість.

В сьомому розділі розраховано товарний запас і оцінено повноту асортименту товарів.

Аналіз беззбиткової роботи та вплив структури виробництва та фінансовий стан наведено в восьмому і дев’ятому розділі відповідно.

Таким чином, в даній курсовій роботі було розглянуто та досліджено певні пункти економічної діяльності підприємства, що необхідні при організації підприємництва.

**Список використаної літератури**

1. Козловський В.О. Основи підприємництва. Практикум. Навчальний посібник. Видання 4 – е, доповнене. – Вінниця: ВНТУ, 2004. – 244 с.
2. Бойчик І.М. Харів П.С. Економіка підприємства. Видавництво «Сполом». – Львів, 1999. – 356 с.
3. Спікер П. Соціальна політика: теорії та підходи. – К.: Фелікс, 2000.-400 с.
4. Економіка підприємства за ред. Петровича Й.М. Видавництво «Магнолія плюс». Львів, 2004. – 397 с.
5. Марченко О.І. «Фінансовий аналіз». Вінниця, 2007 – 268 с.
6. Мец В.О. Економічний аналіз підприємства. Навч. Посібник. – К.: Вища шк. 2003 – 278 с.