

Дані про авторів

Мартиненко Василь Петрович,

д. е. н., професор кафедри економіки і підприємництва Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

e-mail: 5Martynenko@ukr.net

Григоренко Ольга Валентинівна,

студентка магістратури кафедри економіки і підприємництва, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

e-mail: olgagrigorenko0513@gmail.com

Data about the authors

Vasyl Martynenko,

Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship National Technical University of Ukraine «Ihor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

e-mail: 5Martynenko@ukr.net

Olga Hryhorenko,

master's student of the Department of Economics and Entrepreneurship, National Technical University of Ukraine «Ihor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

e-mail: olgagrigorenko0513@gmail.com

УДК 334.71:303.094.6:005.521:005.915

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7895579>

КРАМЧЕНКО Р. А.

Бізнес-прогнози як основа формування фінансового бюджету підприємства

Предметом дослідження є бізнес-прогнози як основа формування фінансового бюджету підприємства.

Метою дослідження є визначити роль бізнес-прогнозів як основи формування фінансового бюджету підприємства.

Методи дослідження. У роботі використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

Результати роботи. У статті наведено визначення терміну «бюджетування». Визначені бізнес-прогнози для розрахунку бюджету підприємства. Окреслено сукупність бізнес-завдань, що визначають напрями роботи підприємства у плановому періоді.

Висновки. У практиці управління слід застосовувати модель фінансового планування економічного зростання господарюючого суб'єкта, яка заснована на комбінації відомих моделей планування – розробки фінансової частини бізнес-плану з процесом бюджетування і складання прогнозних фінансових документів звітної бухгалтерії у поєднанні з методами планування для реалізації фінансової стійкості і рентабельності. Визначальною ланкою моделі має бути процес бюджетування як єдиний метод, який дозволяє якнайповніше визначити рух фінансових потоків підприємства, що є ключовим для реалізації поточної і особливо довгострокової фінансової стійкості.

Ключові слова: підприємство, бюджет, ринок, продукція, фінанси, конкурентоспроможність, збут, інформація, інновації, ефективність.

КРАМЧЕНКО Р. А.

Business forecasts as a basis for forming the company's financial budget

The subject of the study is business forecasts as a basis for the formation of the enterprise's financial budget.

The purpose of the study is to determine the role of business forecasts as a basis for forming the financial budget of the enterprise.

Research methods. The work uses the dialectical method of scientific knowledge, the method of analysis and synthesis, the comparative method, and the method of summarizing data.

Work results. The paper defines the term «budgeting». Defined business forecasts for calculating the enterprise budget. The set of business tasks that determine the directions of the work for

enterprise in the planning period is outlined.

Conclusions. *In the practice of management, the model of financial planning of the economic growth of the business entity should be used, which is based on a combination of known planning models – the development of the financial part of the business plan with the budgeting process and the preparation of forecast financial documents of the accounting department in combination with planning methods for the realization of financial stability and profitability. The defining link of the model should be the budgeting process as the only method that allows you to determine the movement of the company's financial flows as fully as possible, which is key to realizing current and especially long-term financial stability.*

Keywords: *enterprise, budget, market, products, finances, competitiveness, sales, information, innovations, efficiency.*

Постановка проблеми. Стан фінансів підприємства залежить насамперед від їх фінансового потенціалу, зміст якого складає сукупність фінансових ресурсів і доходів суб'єктів господарювання при заданих або існуючих параметрах ринкового, ресурсного, виробничих потенціалів тощо. Важливою особливістю формування фінансового потенціалу і системи стратегічного фінансового планування стає механізм адаптації планів підприємства до змінних зовнішніх умов розвитку. Побудова ефективної системи планування фінансового потенціалу підприємств реального сектора економіки набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Фінансовий потенціал підприємства, питання побудови ефективної системи управління ним у своїх працях розглядають П. Єгоров, С. Козьменко, П. Комарецька, І. Мойсеєнко, Е. Терещенко та ін. Однак, у вітчизняній літературі бракує комплексного дослідження теоретико-методичних засад формування фінансового потенціалу суб'єктів реального сектора економіки. Важливими для досліджень залишаються питання економічного змісту категорії фінансового потенціалу з позицій теорії фінансів і чинників виробництва в нових економічних реаліях, тому вони потребують подальшого вивчення.

Мета статті – визначити роль бізнес-прогнозів як основи формування фінансового бюджету підприємства.

Виклад основного матеріалу. За останні роки у зв'язку із збільшенням номенклатури продукції, темпів її оновлення і конкуренції на товарному ринку змінився і характер управління підприємством. Управління його фінансами стало неможливе без ефективного планування виробничої і іншої діяльності. Обмеженість матеріально-фінансових ресурсів підсилює роль правильного вибору пріоритетів діяльності господарюючого

суб'єкта. У зв'язку з цим нового значення набуває бюджетування на підприємствах. Воно покликане забезпечити процес виробництва конкурентоздатної продукції за умови оптимального використання всіх ресурсів, тобто забезпечити гнучкий розвиток підприємства. Це досягається, передусім, шляхом розробки зведеного плану основного і допоміжного виробництва з урахуванням ранжування попиту клієнтів, ранжування пропозиції постачальників і поліпшення постачань сировини і матеріалів, визначення величини передбачуваних і нормованих складських запасів, виробничих потужностей з урахуванням зупинок виробництва, а також внутрішньої потреби підприємства в напівфабрикатах і продуктах допоміжного виробництва. Тільки на цій основі можна знизити фінансові втрати, неефективні витрати і збільшити грошовий потік, що генерується бізнесом, підтримати необхідну ліквідність. Таким чином, під бюджетуванням слід розуміти сукупність, по-перше, технологій складання скоординованого по всіх підрозділах або функціях плану роботи організації, прогнозів зміни зовнішніх і внутрішніх параметрів, що базуються на комплексному аналізі, і на використанні розрахункових економічних і фінансових індикаторів діяльності підприємства, а по-друге, механізмів оперативного-тактичного управління, які забезпечують вирішення виникаючих проблем і досягнення заданих цілей.

Для розрахунку бюджету підприємства всю сукупність даних доцільно розділити на дві групи: бізнес-прогнози, які є масивами передбачуваних даних, що відображають особливості зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства на майбутній період; бізнес-завдання, які розраховуються на підставі бізнес-прогнозів і призначені для визначення комплексу показників діяльності підприємства. Тільки в цьому випадку розрахунки, здійснювані у процесі формування бюджету під-

приємства, дозволяють у повному обсязі врахувати специфіку збутової, виробничої, постачальницької і т.д. складових і, в результаті, своєчасно визначити необхідну підприємству суму грошових коштів, а також джерела надходження цих коштів (власні, кредитові, бюджетні або кошти інвестора).

Для розрахунку бюджету підприємства необхідно передбачити наступні бізнес-прогнози:

1. Прогноз взаємин з покупцями – бізнес-прогноз призначений для визначення взаємин з контрагентами, пов'язаних з реалізацією продукції;

2. Прогноз взаємин з постачальниками – бізнес-прогноз призначений для визначення взаємин з контрагентами, пов'язаних з покупкою сировини, матеріалів і т.д.;

3. Прогноз складських запасів – бізнес-прогноз призначений для визначення величини передбачуваних запасів на початок планового періоду (по початкових запасах обов'язково необхідно вказати собівартість), а також нормованих запасів для забезпечення безперебійної роботи підприємства;

4. Прогноз виробничих потужностей – бізнес-прогноз, який дозволяє охарактеризувати специфіку виробничої діяльності підприємства: визначити максимальні можливості виробництва продукції залежно від потужностей використовуваного устаткування.

5. Прогноз умовно-постійних витрат – бізнес-прогноз призначений для планування умовно-постійних витрат, до яких відносяться загальноцехові витрати (центром витрат яких виступають підрозділи, що випускають продукцію або послуги) і загальнозаводські витрати (центром витрат яких виступають підрозділи, що безпосередньо не беруть участь у процесі виробництва), а також позавиробничі витрати.

6. Прогноз комерційних умовно-постійних витрат – бізнес-прогноз, призначений для планування витрат, пов'язаних з комерційною діяльністю підприємства.

7. Прогноз іншої реалізації – бізнес-прогноз призначений для визначення об'єму доходів підприємства від іншої діяльності.

8. Прогноз амортизаційних відрахувань – бізнес-прогноз, в якому містяться дані, що стосуються основних засобів і нематеріальних активах підприємства.

9. Прогноз доходів від позареалізаційної діяльності – бізнес-прогноз, який призначений для

планування доходів від участі в діяльності інших організацій, доходів від операцій з коштовними паперами, від інших фінансових вкладень.

10. Прогноз кредитів банків – бізнес-прогноз, необхідний для планування залучення кредитних ресурсів і витрачання фінансових коштів на виплату кредитів і погашення відсотків.

11. Прогноз графіка платежів – бізнес-прогноз використовується для визначення параметрів платежів по бюджетних елементах, біля яких відсутній постачальник (зарплата і т.д.) або, в разі наявності постачальника, він може бути використаний як спрощена форма бізнес-прогнозів «Прогноз погашення кредиторської заборгованості минулих років» і «Прогноз взаємин з постачальниками» і призначений для планування погашення кредиторської заборгованості минулих років без вказівки конкретних кредиторів і детального графіка погашення, а також для визначення величини авансів, виданих на початок і кінець періоду, відстрочення по поточних платежах по елементу.

12. Прогноз інвестицій – бізнес-прогноз, призначений для прогнозування обсягів вкладень коштів у довгострокові і короткострокові інвестиційні проекти, що здійснюються за рахунок прибутку підприємства.

13. Прогноз погашення дебіторської заборгованості минулих років – бізнес-прогноз, призначений для планування надходжень грошових коштів від дебіторської заборгованості минулих років по конкретних клієнтах (поточна дебіторська заборгованість формується по бізнес-прогнозах «Прогноз взаємин з покупцями» і «Прогноз іншої реалізації»).

14. Прогноз погашення кредиторської заборгованості минулих років – бізнес-прогноз призначений для планування виплат грошових коштів по кредиторській заборгованості минулих років по конкретних постачальниках.

На підставі приведенного переліку бізнес-прогнозів здійснюється розрахунок бізнес-завдань, що визначають напрями роботи підприємства у плановому періоді. У цілях забезпечення ефективного механізму управління фінансовим потенціалом, робота підприємства у плановому періоді повинна характеризуватися наступною сукупністю бізнес-завдань:

1. Виробнича програма – бізнес-завдання призначене для надання зведеного плану основного і допоміжного виробництва по підрозділах.

Виробнича програма розраховується на підставі ранжування попиту клієнтів і сторонніх споживачів, ранжування пропозиції постачальників і усунення дефіциту сировини і матеріалів, визначення величини передбачуваних і нормованих складських запасів, виробничих потужностей з врахуванням зупинок виробництва, а також внутрішньої потреби підприємства в напівфабрикатах і продуктах допоміжного виробництва.

2. Бюджет продажів – бізнес–завдання призначене для розрахунку бюджету продажів підприємства, що сформоване на основі реальних можливостей і відображає збутову політику підприємства по відношенню до кожного клієнта.

3. Бюджет закупівлі сировини і матеріалів – бізнес–завдання призначене для формування плану служби матеріально–технічного постачання, розрахованого на підставі потреби підприємства в різних ресурсах і пропозиції різних постачальників.

4. Бюджет оплати праці – бізнес–завдання призначене для обліку сум заробітної плати, обчислених по тарифних ставках, окладах, основних розцінках, а також всі види доплат і відрахувань.

5. Бюджет закупівлі енергоресурсів – бізнес–завдання призначене для формування плану енергетичної служби, розрахованого на підставі потреби підприємства в енергоресурсах на виробничу програму й інші потреби, можливостей власного виробництва енергоресурсів і різних тарифів залежно від заявленої потужності.

6. Собівартість продукції – бізнес–завдання призначене для розрахунку планованої собівартості виробленої продукції, що реалізується, в цілях забезпечення бази для оцінки рентабельності кожного продукту і прибутку від основної діяльності підприємства.

7. Прогноз доходів і витрат – бізнес–завдання призначене для прогнозування розміру отриманого прибутку як різниці між доходами і витратами підприємства.

8. Прогноз руху грошових коштів – бізнес–завдання призначене для формування плану фінансування, який відображає грошові потоки: надходження і виплати по всіх напрямках руху засобів.

9. Прогнозний баланс – бізнес–завдання призначене для визначення спільної кількості і структури активів компанії, а також способу фінансування цих активів.

10. Бюджети підрозділів – бізнес–завдання призначене для детального визначення плану

роботи і потреб кожного підрозділу в різних ресурсах, необхідних для нормального функціонування протягом аналізованого періоду по прогнозах нормованих і умовно–постійних витрат.

Висновки

У практиці управління слід застосовувати модель фінансового планування економічного зростання господарюючого суб'єкта, яка заснована на комбінації відомих моделей планування – розробки фінансової частини бізнес–плану з процесом бюджетування і складання прогнозних фінансових документів звітної бухгалтерії у поєднанні з методами планування для реалізації фінансової стійкості і рентабельності. Визначальною ланкою моделі має бути процес бюджетування як єдиний метод, який дозволяє якнайповніше визначити рух фінансових потоків підприємства, що є ключовим для реалізації поточної і особливо довгострокової фінансової стійкості.

Список використаних джерел

1. Алексеєнко Л. М., Любінецький Д. М. Управління структурою капіталу підприємства. Наука й економіка. 2011. Вип. № 2 (22). С. 132–136.
2. Бикова В. Г., Курячий Є. В., Ряснянський Ю. М. Інноваційне управління ресурсним обміном в економічних системах. Фінанси України. 2009. № 3. С. 101–108.
3. Важинський Ф. А., Колодійчук А. В. Маркетингові дослідження в системі управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. 2009. Вип. 19 (1). С. 125–130.
4. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Черторицький В. М. Фактори інноваційного розвитку промисловості. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. 2011. Вип. 21 (11). С. 201–205.
5. Гаврилко П. П., Лалакулич М. Ю., Колодійчук А. В. Основні фактори виникнення кризових явищ на промислових підприємствах. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. 2012. Вип. 22 (4). С. 158–164.
6. Колодійчук А. В., Гуштан Т. В., Молнар О. С., Василюх Н. В., Чобаль Л. Ю. Міжнародні перевезення в міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид–во НН–ВК «АТБ», 2021. 189 с.
7. Колодійчук А. В. Інформація як фактор інноваційного розвитку економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. №5/1 (132). С. 58–62.

8. Колодійчук А. В., Пісний В. М. Особливості функціонування машинобудівних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (13). С. 172–178.

9. Колодійчук А. В., Пісний В. М., Семчук Ж. В. Сутність інновацій, структура та основні етапи інноваційного процесу. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (9). С. 191–196.

10. Колодійчук А. В., Молнар О. С., Домище–Медяник А. М., Смочко В. Ю., Ценклер Н. І. Міжнародний стратегічний менеджмент: підручник. Львів: Вид-во ННБК «АТБ», 2022. 184 с.

11. Сопільник Л. І., Колодійчук А. В. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (8). С. 183–187.

12. Сопільник Л. І., Колодійчук А. В. Управління конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (10). С. 222–227.

References

1. Alekseyenko, L. M., Lyubinetsky, D. M. (2011). Upravlinnya strukturoyu kapitalu pidpryyemstva [Management of the capital structure of the enterprise]. *Nauka y ekonomika – Science and economy*, 2 (22), 132–136. [in Ukrainian].

2. Bykova, V. H., Kuryachyy, Ye. V., & Ryasnyansky, Yu. M. (2009). Innovatsiynе upravlinnya resursnym obminom v ekonomichnykh systemakh [Innovative management of resource exchange in economic systems]. *Finansy Ukrayiny – Finances of Ukraine*, 3, 101–108. [in Ukrainian].

3. Vazhynsky, F. A., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Marketynhovi doslidzhennya v systemi upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstv [Marketing research in the system of competitiveness management of enterprises]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]*: Vol. 19 (1) (pp. 125–130). [in Ukrainian].

4. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., & Chertoryzhsky, V. M. (2011). Faktory innovatsiynoho rozvytku promyslovosti [Factors of innovation development of industry]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]*: Vol. 21 (11) (pp. 201–205). [in Ukrainian].

5. Havrylko, P. P., Lalakulych, M. Yu., & Kolodiychuk, A. V. (2012). Osnovni factory vynyknennya kryzovykh yavlyshch na promyslovykh pidpryyemstvakh [The main

factors of emergence of crisis phenomena in industrial enterprises]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]*: Vol. 22 (4) (pp. 158–164). [in Ukrainian].

6. Kolodiychuk, A. V., Hushtan, T. V., Molnar, O. S., Vasylykha, N. V., & Chobal, L. Yu. (2021). Mizhnarodni perevezennya v mizhnarodniy ekonomitsi [International transportation in the international economy]: Textbook. Lviv: ATB Publishing [in Ukrainian].

7. Kolodiychuk, A. V. (2012). Informatsiya yak faktor innovatsiynoho rozvytku ekonomiky [Information as a factor of innovation development of the economy]. In *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukrayini [Formation of market relations in Ukraine]*: Vol. 5/1 (132) (pp. 58–62). [in Ukrainian].

8. Kolodiychuk, A. V., & Pisnyy, V. M. (2009). Osoblyvosti funktsionuvannya mashynobudivnykh pidpryyemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrayiny [Features of functioning of machine-building enterprises at the current stage of development of the economy of Ukraine]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]*: Vol. 19 (13) (pp. 172–178). [in Ukrainian].

9. Kolodiychuk, A. V., Pisnyy, V. M., & Semchuk, Zh. V. (2009). Sutnist' innovatsiy, struktura ta osnovni etapy innovatsiynoho protsesu [The essence of innovation, the structure and the main stages of the innovation process]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]*: Vol. 19 (9) (pp. 191–196). [in Ukrainian].

10. Kolodiychuk, A. V., Molnar, O. S., Domishche–Medyanyk, A. M., Smochko, V. Yu., & Zenkler, N. I. (2022). Mizhnarodnyy stratehichnyy menedzhment [International strategic management]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].

11. Sopilnyk, L. I., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Teoretychni aspekty upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstv [Theoretical aspects of enterprise competitiveness management]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]*: Vol. 19 (8) (pp. 183–187). [in Ukrainian].

12. Sopilnyk, L. I., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Upravlinnya konkurentospromozhnistyu mashynobudivnykh pidpryyemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrayiny [Management of competitiveness of machine-building enterprises at the present stage of development of Ukrainian economy]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]*: Vol. 19 (10) (pp. 222–227). [in Ukrainian].

Дані про автора

Крамченко Ростислав Анатолійович,

к.е.н., доцент Львівської філії ПВНЗ «Європейський університет»

e-mail: rostkram65@ukr.net

Data about the author

Rostyslav Kramchenko,

Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Lviv branch of the European University

e-mail: rostkram65@ukr.net

УДК 338.45:339.332:658.8:339.187.4:005.93

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7895583>

ГАВРИЛКО П. П.

ГУШТАН Т. В.

КАГАНЕЦЬ–ГАВРИЛКО Л. П.

Формування каналів реалізації продукції підприємств

Предметом дослідження є формування каналів реалізації продукції підприємств.

Метою дослідження є визначити методику формування каналів реалізації, які б давали змогу значно покращити маркетингову активність підприємства.

Методи дослідження. У роботі використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

Результати роботи. У статті визначені завдання та цілі формування каналів збуту продукції підприємства. Наведені системи заходів для вирішення завдань в процесі організації збуту продукції підприємства. Окреслені етапи алгоритму функціонування системи збуту підприємства. Виділені три форми організації управління збутовою діяльністю підприємств.

Висновки. Визначивши збут як двосторонній процес проектування та створення стійкої системи зберігання, поділу на партії, сортування і передачі–прийому продукції для забезпечення обігу, виділено логіко–структурну схему, яка показує послідовність завдань, які повинні бути вирішені для побудови ефективної системи збуту підприємства в логістиці та в маркетингу підприємства. Безпосереднє формування каналів реалізації підприємства повинно здійснюватися силами самого підприємства. Саме сфера взаємодії з посередниками і споживачами продукції повинна повністю залишатися під контролем виробника. Тому зміст цієї системи є тим ланцюгом послідовних дій, який формує систему збуту підприємства. Такий алгоритм складається з таких етапів: моніторинг кон'юнктури ринку, конкурентного середовища, попиту на продукцію підприємства; стимулювання збуту і просування товару, реклама; визначення складу та обсягу продукції, що реалізується; пошук, вивчення й порівняльний аналіз каналів реалізації; формування портфеля замовлень, аналіз запропонованих торговельних партнерів, участь у презентаціях, ярмарках, проведення попередніх ділових зустрічей і переговорів з посередниками та споживачами; порівняльний аналіз умов продажу, торговельних посередників, факторів конкуренції; прийняття рішень щодо складу та обсягу реалізації, вибору торговельних партнерів, умов продажу; укладення договору збуту продукції; організація обігу. Спираючись на існуючі в менеджменті і маркетингу погляди на принципи побудови організацій, розглянуто підхід до формування органів збуту продукції. Виділено три форми організації управління збутовою діяльністю підприємства: централізовану, децентралізовану і змішану.

Ключові слова: підприємство, маркетинг, продукція, ринок, ефективність, збут, конкурентоспроможність, інформація, інновації, фінанси.

HAVRYLKO P. P.

HUSHTAN T. V.

KAHANETS–HAVRYLKO L. P.

The formation of channels for the sale of products of enterprises

The subject of the study is the formation of channels for the sale of products of enterprises.

The purpose of the study is to determine the method of formation of sales channels, which would make it possible to significantly improve the marketing activity of the enterprise.