



ДВНЗ «Національний гірничий університет»

**Інститут економіки
Кафедра маркетингу**

МАРКЕТИНГОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ

(для денної та заочної форми навчання)

Палєхова Л.Л., к.е.н., доцент





Тема 1. Предмет, об'єкт і завдання економічного аналізу*.

ОСНОВНІ ПИТАННЯ:

1.1. Цілі фінансового аналізу

1.2. Задачі фінансового аналізу

1.3. Суб'єкти фінансового аналізу

1.4. Принципи фінансового аналізу

1.5. Фактори фінансового аналізу



Тема 1. Предмет, об'єкт і завдання економічного аналізу.

З точки зору маркетингу головна мета фінансового аналізу полягає не стільки в оцінці фінансового стану підприємства, скільки у визначенні альтернативних напрямків його розвитку, які забезпечать йому кращі фінансові результати і більшу фінансову сталість, що сприятиме створенню конкурентних переваг.



Тема 1. Предмет, об'єкт і завдання економічного аналізу.

Цілі фінансово-економічного аналізу для маркетингу

- Виявлення змін у фінансовому стані та результатах у просторово-часовому розрізі;
- Вивчення основних факторів, що викликали зміни у фінансовому стані і результатах;
- Визначення фінансового стану і фінансових результатів діяльності підприємства;
- Прогноз основних тенденцій у фінансовому стані й результатах діяльності фірми, тобто економічна діагностика господарської діяльності.

Таким чином для маркетингу головна мета фінансового аналізу полягає не стільки в оцінці фінансового стану підприємства, скільки у визначенні альтернативних напрямків його розвитку, які забезпечать йому кращі фінансові результати і більшу фінансову сталість.



Тема 1. Предмет, об'єкт і завдання економічного аналізу.

Задачі фінансово-економічного аналізу

- При виборі альтернативи маркетингової політики підприємство намагається досягти найкращого співвідношення різних активів.
- Це означає, що вибираються найефективніші напрямки вкладання грошей, які у перспективі дадуть найшвидший дохід і найменший ризик



Тема 1. Предмет, об'єкт і завдання економічного аналізу.

Задачі фінансово-економічного аналізу для маркетингу

- Оцінка фінансового стану і фінансових результатів підприємства у порівнянні з його головними конкурентами на ринку;
- Визначення шляхів ефективного використання фінансових ресурсів у межах допустимого ризику;
- Вивчення і аналіз альтернативних можливостей поліпшення фінансових показників та фінансової сталості;
- Оцінка потреби у фінансуванні маркетингових проектів і джерел їх фінансового забезпечення;
- Оцінка фінансових вигод і ризиків маркетингових проектів.

Тема 1. Предмет, об'єкт і завдання економічного аналізу.

Суб'єкти фінансово-економічного аналізу – користувачі інформації, що можуть бути зацікавлені у фінансових результатах діяльності підприємства безпосередньо і опосередковано.





Тема 1. Предмет, об'єкт і завдання економічного аналізу.

Принципи фінансово-економічного аналізу

- ***Орієнтованість на засоби вирішення проблем сталого розвитку підприємства***, що передбачає при розробці маркетингових стратегій урахування можливостей розміщень ресурсів у межах допустимого рівня ризику.
- ***Гнучкість в обґрунтованості маркетингових рішень*** досягається шляхом розгляду альтернативних рішень, які забезпечують найкращий фінансовий стан підприємства при вигідній ринковій позиції.
- ***Комплексний підхід*** передбачає розгляд альтернативних маркетингових рішень з точки зору підтримання ринкової активності підприємства.
- ***Оптимальне використання потенціалу підприємства*** означає пошук і реалізацію резервів його розвитку.
- ***Стратегічний характер*** пов'язаний з потребою урахування очікуваних змін у розвитку підприємства і ринку.



Тема 2. Методика фінансово-економічного аналізу для цілей маркетингу.

ОСНОВНІ ПИТАННЯ:

2.1. Методика фінансового аналізу

2.2. Моделі фінансового аналізу

2.3. Джерела інформації

2.4. Основні етапи фінансового аналізу

2.5. Методи фінансового аналізу

2.6. Зміст фінансового аналізу



Тема 2. Методика фінансово-економічного аналізу для цілей маркетингу.

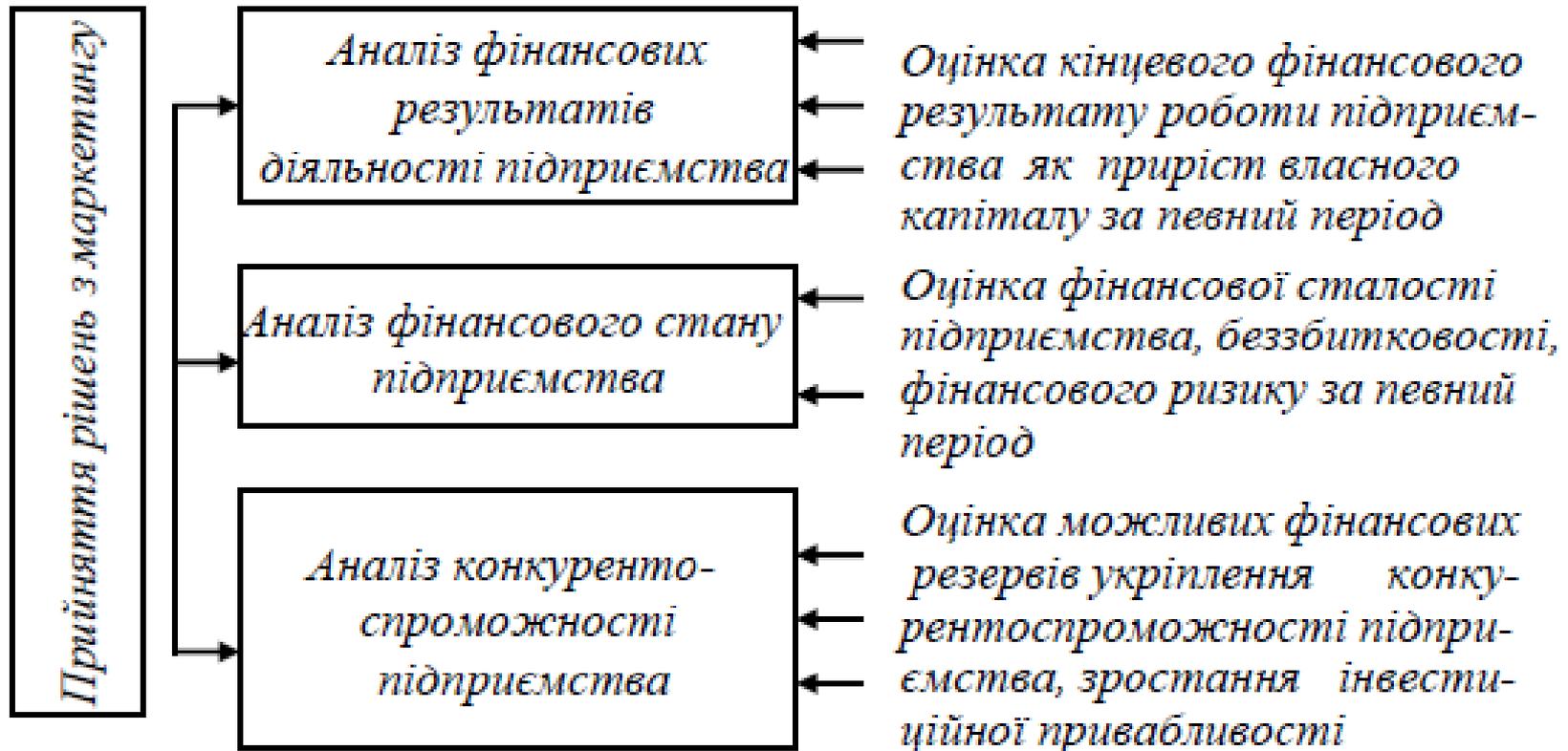
*Процес фінансово-економічного аналізу для цілей
маркетингу управління підприємством*

складається з трьох взаємопов'язаних блоків:

- аналізу фінансових результатів діяльності підприємства;
- аналізу фінансового стану підприємства;
- аналізу конкурентоспроможності фінансово-господарської діяльності.

Тема 2. Методика фінансово-економічного аналізу для цілей маркетингу.

Процес фінансово-економічного аналізу для цілей маркетингу





Тема 2. Методика фінансово-економічного аналізу для цілей маркетингу.

Моделі фінансового аналізу

✓ *Дескриптивні моделі* застосовуються для оцінки динаміки фінансового стану при існуючій ринковій політиці підприємства. До цього розглядають звітні баланси та фінансову звітність в різних аналітичних розрізах, розраховують систему аналітичних коефіцієнтів.

Дескриптивні моделі дають можливість визначити і оцінити основні чинники поліпшення фінансових результатів та необхідність корегування маркетингової політики підприємства.

✓ *Нормативні моделі* дають змогу порівняти фактичні результати діяльності підприємства з очікуваними.

Нормативні моделі дозволяють здійснювати моніторинг фінансового стану підприємства, який розраховано за бюджетом згідно обраної маркетингової політики.

✓ *Предикативні моделі*, які мають передбачуваний, прогностичний характер і дозволяють спрогнозувати майбутні грошові потоки, фінансовий стан за альтернативними маркетинговими проектами.



Тема 2. Методика фінансово-економічного аналізу для цілей маркетингу.

Інформаційне забезпечення

У традиційному розумінні фінансовий аналіз і прогнозування фінансового стану підприємства здійснюється на основі інформації бухгалтерської звітності.

Основним інформаційним документом для аналізу фінансового стану є бухгалтерський баланс підприємства (форма № 1 річної та квартальної звітності). Його значення настільки важливе, що аналіз фінансового стану називають аналізом балансу.

Другим основним джерелом даних для аналізу фінансових результатів є звіт про фінансові результати та їх використання (форма № 2 річної та квартальної звітності).



Тема 2. Методика фінансово-економічного аналізу для цілей маркетингу

Методи фінансо-економічного аналізу

Основні методи фінансового аналізу:

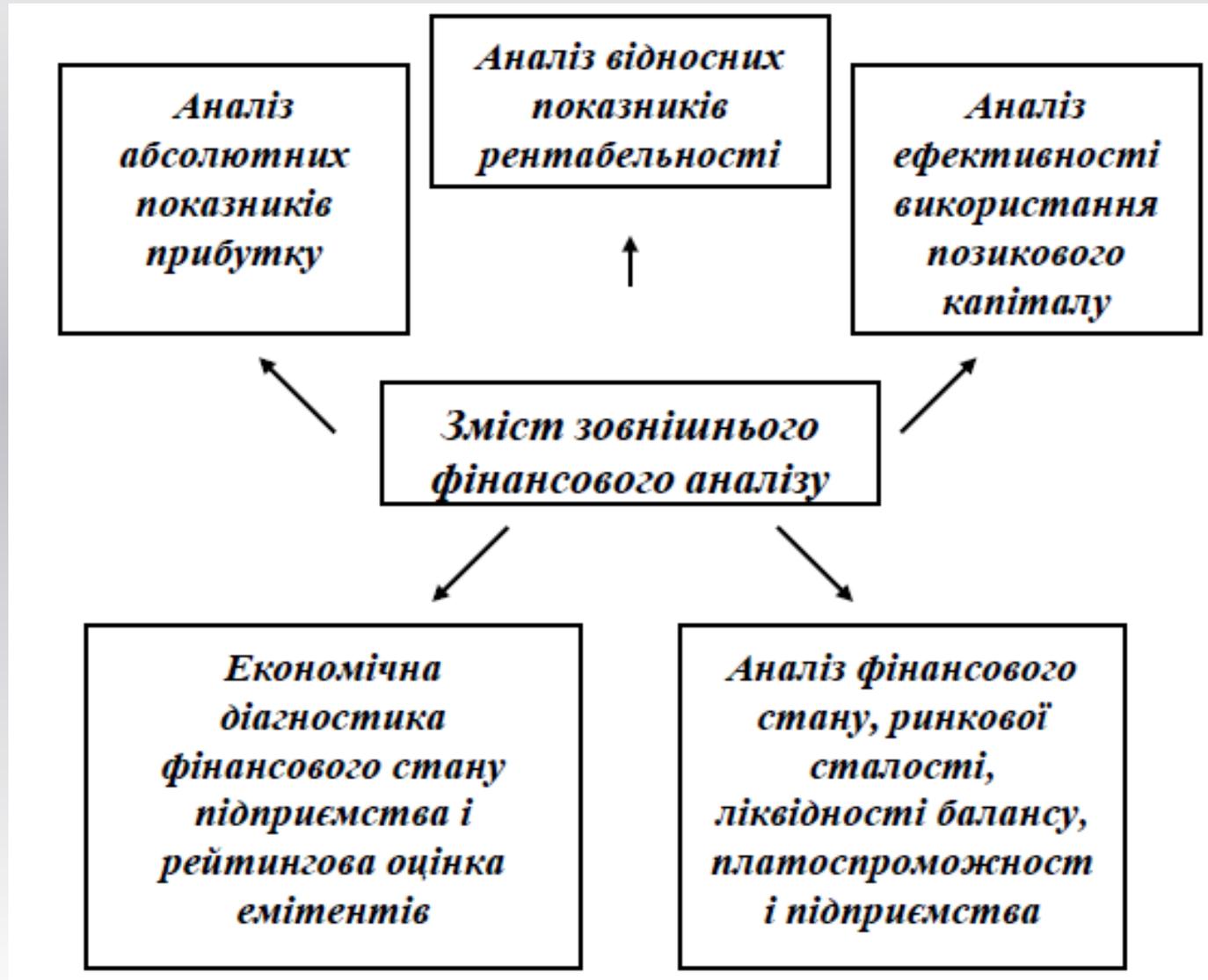
- горизонтальний аналіз,
- вертикальний аналіз,
- трендовий аналіз,
- метод фінансових коефіцієнтів,
- порівняльний аналіз,
- факторний аналіз.



Тема 2. Методика фінансово-економічного аналізу для цілей маркетингу



Тема 2. Методика фінансово-економічного аналізу для цілей маркетингу





Тема 3. Аналіз з фінансового стану підприємства. .

Фінансовий результат діяльності підприємства складається із суми показників прибутку (збитків) від звичайної діяльності та від надзвичайних подій.

Дохід підприємства можна поділити на реалізаційний та позареалізаційний.

Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) відображають загальний дохід від реалізації продукції тобто без податків з продажу (податку на додану вартість, акцизного збору тощо).

Прибуток (збитки) від реалізаційної діяльності визначається як різниця між доходом від реалізації і сумою витрат або собівартістю реалізованої продукції, робіт, послуг, матеріалів.



Тема 3. Аналіз з фінансового стану підприємства. .

ОСНОВНІ ПИТАННЯ:

3.1. Визначення фінансового результату діяльності підприємства

3.2. Витрати підприємства

3.3. Формування та використання прибутку підприємства

3.4. Відображення фінансового результату у бухгалтерському обліку

3.5. Співвідношення бухгалтерського та економічного прибутку

3.6. Оцінювання та розкриття статей балансу



Тема 3. Аналіз з фінансового стану підприємства. .

Фінансовий результат діяльності підприємства складається із суми показників прибутку (збитків) від звичайної діяльності та від надзвичайних подій.

Дохід підприємства можна поділити на реалізаційний та позареалізаційний.

Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) відображають загальний дохід від реалізації продукції тобто без податків з продажу (податку на додану вартість, акцизного збору тощо).

Прибуток (збитки) від реалізаційної діяльності визначається як різниця між доходом від реалізації і сумою витрат або собівартістю реалізованої продукції, робіт, послуг, матеріалів.



Тема 3. Аналіз з фінансового стану підприємства. .

Вибір періодів проведення аналізу фінансового результату діяльності підприємства зумовлено тривалістю операційного циклу.





Тема 3. Аналіз з фінансового стану підприємства. .

При аналізі витрат необхідно виділити найбільш вагомі і швидко зростаючі статті, після чого треба проаналізувати можливість і необхідність їх скорочення без втрат для виробництва.

	Постійні	Перемінні
Прямі	<i>Приклад: Амортизація виробничих фондів, зарплата виробничого персоналу</i>	<i>Приклад: Сировина, матеріали, транспортні витрати, електроенергія (силова).....</i>
Непрямі	<i>Приклад: Амортизація допоміжного обладнання, зарплата адміністративного апарату.....</i>	<i>Приклад: Електроенергія для станків допоміжного виробництва</i>



Тема 3. Аналіз з фінансового стану підприємства. .

Фінансовий результат діяльності підприємства складається із суми показників прибутку (збитків) від звичайної діяльності та від надзвичайних подій.

Прибуток (збитки) від реалізаційної діяльності визначається як різниця між доходом від реалізації і сумою витрат або собівартістю реалізованої продукції, робіт, послуг, матеріалів.

$$\mathbf{Прп = Дрп - ПДВ - А - В,}$$

де Дрп — дохід (валовий дохід) від реалізації продукції (робіт, послуг);

ПДВ — податок на додану вартість;

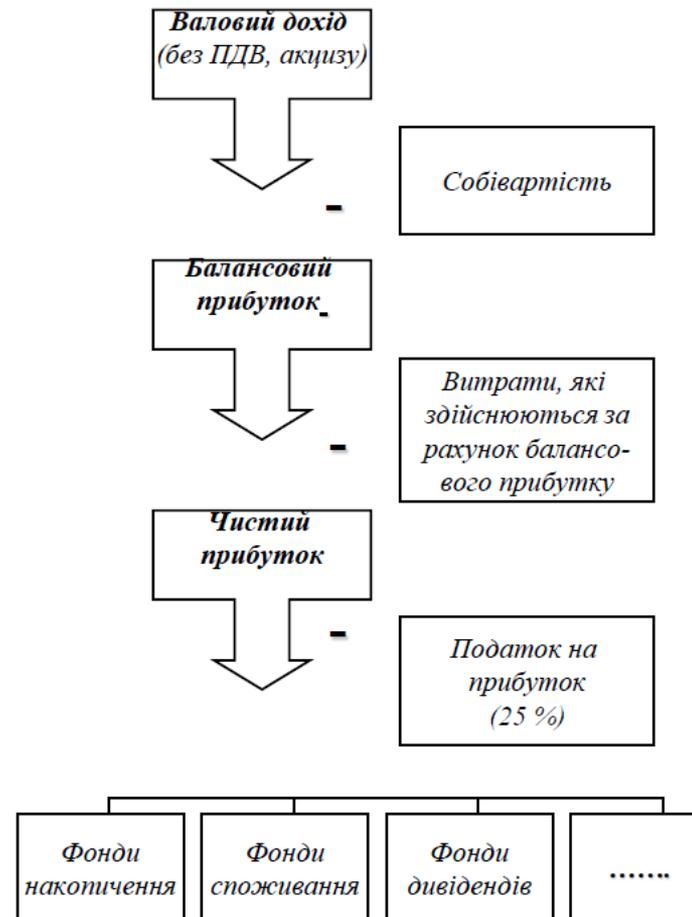
А — акцизи;

В — витрати на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг).



Тема 3. Аналіз з фінансового стану підприємства. .

Схема формування чистого прибутку підприємства.





Тема 3. Аналіз з фінансового стану підприємства

Слід розрізняти економічний, бухгалтерський і нормальний прибуток.

Економічний прибуток розраховується як різниця між доходом, який є результатом діяльності підприємства, і економічними витратами – зовнішніми і внутрішніми, у тому числі нормальним прибутком, який, становить винагороду за підприємницьку діяльність і є складовою витрат виробництва.

Бухгалтерський (обліковий) прибуток розраховується як різниця між виручкою (валовим або загальним доходом) і загальними витратами підприємства.

Нормальний прибуток входить до складу так званих не фінансових витрат виробництва.

$$EP = BP - NP,$$

де EP, BP, NP — відповідно економічний, бухгалтерський і нормальний прибуток.



Тема 3. Аналіз з фінансового стану підприємства

Виручка (або валовий дохід)
-Собівартість = Бухгалтерський
прибуток

Собівартість = Бухгалтерські витрати

Виручка
-Витрати виробництва = Економічний прибуток

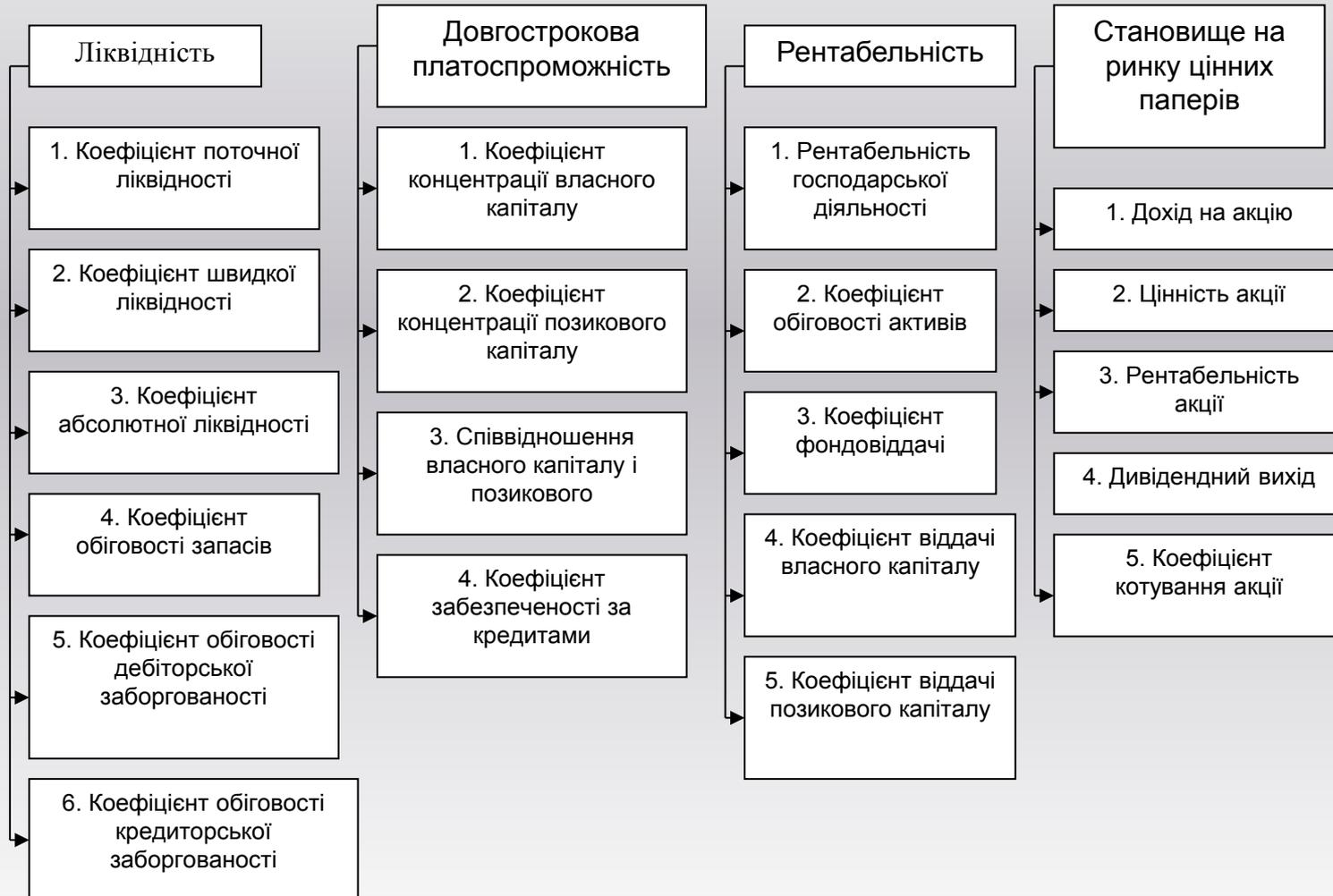
Витрати виробництва = Явні + Неявні витрати

Витрати виробництва = Економічні витрати

Бухгалтерський прибуток –
Економічний прибуток = Неявні витрати



Тема 3. Аналіз з фінансового стану підприємства





Тема 4. Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємства

ОСНОВНІ ПИТАННЯ:

4.1. Поняття ліквідності активів.

4.2. Поняття платоспроможності підприємства.

4.3. Мета та основні завдання оцінки ліквідності та платоспроможності підприємства.

4.4. Основні напрямки аналізу ліквідності активів.

4.5. Оцінка платоспроможності підприємства по Альтману.

Тема 4. Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємства

Ліквідність – це здатність підприємства вчасно розрахуватися по боргових зобов'язання шляхом перетворення всіх активів у грошові кошти.

Підприємство вважається ліквідним, якщо воно в стані виконувати свої короткострокові зобов'язання, реалізуючи поточні активи.





Тема 4. Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємства*

Коефіцієнт абсолютної ліквідності

коефіцієнт термінового покриття - обчислюється як відношення грошових коштів і пріравнених до них швидкоореалізуємих активів (III розділ активу) до короткострокових зобов'язань.

$$K_{\text{абс}} = \frac{A_1}{\Pi_1 + \Pi_2}$$

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яку частину короткострокової заборгованості підприємство може погасити найближчим часом.

Теоретично достатнім вважається, якщо значення коефіцієнту абсолютної ліквідності перебуває в межах 0,2 - 0,35.



Тема 4. Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємства

Коефіцієнт швидкої ліквідності

проміжної ліквідності або коефіцієнт кислотного тесту

- визначається як відношення грошових коштів, цінних паперів і дебіторської заборгованості (III розділ активу) до короткострокових зобов'язань.

$$K_{\text{ш}} = \frac{A_1 + A_2}{\Pi_1 + \Pi_2}$$

Коефіцієнт швидкої ліквідності допомагає оцінити можливість погашення підприємством короткотермінових зобов'язань у разі його критичного стану

Теоретичне найнижче значення цього показника - 1, найвище - 2.



Тема 4. Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємства

Коефіцієнт загальної ліквідності

коефіцієнт покриття - являє собою відношення всіх поточних активів (II роздела підсумок + III підсумок розділу активу) до короткострокових зобов'язань.

$$K_n = \frac{A_1 + A_2 + A_3}{\Pi_1 + \Pi_2}$$

Коефіцієнт поточної ліквідності дозволяє встановити, якою мірою поточні кредиторські зобов'язання забезпечуються поточними активами, тобто скільки грошових одиниць поточних активів припадає на одну грошову одиницю поточних зобов'язань

Теоретичне значення цього показника - 1,5 - 2,5.



Тема 4. Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємства

Коефіцієнт критичної ліквідності

проміжний коефіцієнт покриття - розраховується як відношення поточних активів за мінусом виробничих запасів і витрат до поточних пасивів, до ліквідних активів відноситься і готова продукція.

$$K_{кл} = \frac{A_1 + A_2 + A_3 - B_3 - Z}{\Pi_1 + \Pi_2}$$

Теоретично достатнім вважається значення показника 0,7-0,8



Тема 5. Оцінка прибутковості та рентабельності підприємства.

ОСНОВНІ ПИТАННЯ:

- 5.1. Абсолютні та відносні показники прибутковості підприємства.*
- 5.2. Аналіз прибутковості активів.*
- 5.3. Аналіз прибутковості власного капіталу.*
- 5.4. Аналіз рентабельності сукупного капіталу.*
- 5.5. Аналіз рентабельності діяльності (чистого прибутку).*
- 5.6. Аналіз рентабельності реалізованої продукції.*
- 5.7. Аналіз рентабельності операційної діяльності.*



Тема 5. Оцінка прибутковості та рентабельності підприємства.

Прибуток і прибутковість (рентабельність) є основними показниками ефективності діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності, які характеризують інтенсивність їх роботи.



Тема 5. Оцінка прибутковості та рентабельності підприємства.

Коефіцієнт прибутковості (рентабельності)

у загальному вигляді визначається як відношення прибутку до капіталу, що інвестується

$$КП = \frac{Пр}{К(А.П.В)},$$

У чисельнику формули може бути операційний, чистий прибуток, прибуток від реалізації продукції; у знаменнику - середні показники загального капіталу, основного або оборотного капіталу.

Показник рентабельності (прибутковості) показує, скільки гривень прибутку приносить підприємству одна гривня вкладеного в його діяльність капіталу



ОСНОВНІ ПИТАННЯ:

- 6.1. Поняття та ознаки фінансової незалежності.*
- 6.2. Аналіз фінансової автономії підприємства.*
- 6.3. Аналіз забезпеченості підприємства власними коштами.*
- 6.4. Аналіз відношення обігових та не обігових активів.*
- 6.5. Фінансовий леверидж і його розрахунок.*
- 6.6. Коефіцієнт Бівера.*



Тема 6. Оцінка фінансової незалежності

- Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів
- Коефіцієнт фінансової автономії
- Коефіцієнт відношення обігових та не обігових активів.
- Фінансовий леверидж
- Коефіцієнт Бівера



Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів

Розраховується як частка від розподілу суми позикових коштів на суму власного капіталу.

Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів характеризує структуру фінансових ресурсів підприємства.

Максимально припустиме значення цього показника становить 1.



Коефіцієнт автономії

коефіцієнт концентрації власного капіталу –
розраховується за формулою:

$$K_a = \text{Власний капітал} / \text{Валюта балансу}$$

Коефіцієнт автономії характеризує частку коштів, що вкладені власником підприємства в загальну вартість майна

Нормальне мінімальне значення коефіцієнта автономії орієнтовано оцінюється на рівні 0,5.



Тема 6. Оцінка фінансової незалежності

Фінансовий леверидж (важіль) - це потенційна здатність впливати на прибуток підприємства шляхом зміни структури та обсягів довготермінових пасивів.

Розраховується коефіцієнт діленням суми довгострокових кредитів та інших довгострокових позикових коштів на суму власних коштів за формулою:

$$\text{Клев} = \text{Зкд} : \text{Вк} ,$$

де: Зкд — довгострокові залучені кошти;
Вк — власний капітал.

Фінансовий леверидж характеризує використання запозичених засобів, які впливають на зміну коефіцієнта рентабельності власного капіталу



Тема 7. Аналіз фінансової сталості підприємства

ОСНОВНІ ПИТАННЯ:

- 7.1. Поняття та ознаки фінансової сталості підприємства.*
- 7.2. Аналіз власних коштів підприємства.*
- 7.3. Аналіз позикових коштів підприємства.*
- 7.4. Розрахунок фінансової сталості підприємства.*
- 7.5. Розрахунок порогу рентабельності та запасу фінансової сталості.*



Тема 7. Аналіз фінансової сталості підприємства

Коефіцієнт фінансової сталості
(стабільності)

Визначається як відношення власного капіталу та залученого:

$$K_{\text{ф.к.к.}} = \frac{\text{ПК}}{\text{ВК}}$$



Тема 7. Аналіз фінансової сталості підприємства

Виділяють чотири типи фінансової стійкості:

- *абсолютна стійкість* фінансового стану, коли власні джерела формування оборотних активів покривають запаси і витрати.
- *нормальна стійкість*, коли запаси і витрати покриваються сумою власних джерел формування оборотних активів і довгостроковими позиченими джерелами
- *нестійкий фінансовий стан*, коли запаси і витрати покриваються сумою власних джерел формування оборотних активів, довгострокових позикових джерел, короткострокових кредитів і позик
- *кризовий фінансовий стан*, коли запаси і витрати не покриваються всіма видами можливих джерел їх забезпечення (власних, позикових та ін.), підприємство перебуває на межі банкрутства.



ОСНОВНІ ПИТАННЯ:

8.1. Поняття та види заборгованості підприємства.

8.2. Оптимальне значення коефіцієнту заборгованості підприємства.

8.3. Оцінка стану дебіторської заборгованості.

8.4. Оцінка стану кредиторської заборгованості.

8.5. Аналіз цільового використання позикових коштів.



Тема 8. Аналіз заборгованості підприємства

Дебіторська заборгованість - сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату.

Поточна дебіторська заборгованість - сума дебіторської заборгованості, яка виникає в ході нормального операційного циклу або буде погашена протягом дванадцяти місяців з дати балансу.

Довгострокова дебіторська заборгованість - сума дебіторської заборгованості, яка не виникає в ході нормального операційного циклу та буде погашена після дванадцяти місяців з дати балансу.



Тема 8. Аналіз заборгованості підприємства

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показує, скільки разів за рік обернулися кошти, вкладені в розрахунки.

$$\text{Кодз} = \frac{\text{Чиста виручка від реалізації продукції}}{\text{Середньорічна сума дебіторської заборгованості}}$$



Тема 8. Аналіз заборгованості підприємства

Кредиторська заборгованість - виникає у зв'язку з тим, що у процесі діяльності підприємства не завжди здійснюють розрахунки з юридичними і фізичними особами одночасно з відчуженням майна, виконанням робіт, наданням послуг, що призводить до виникнення певних зобов'язань перед постачальниками та іншими контрагентами господарських відносин.

Поточна кредиторська заборгованість складається із заборгованості постачальникам за одержані від них товарно-матеріальні цінності, заборгованості перед бюджетом за податковими платежами, заборгованості з оплати праці і страхування, авансів покупців у рахунок майбутніх відвантажень та ін.



Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості показує розширення або зниження комерційного кредиту, наданого підприємству.

$$\text{Кокз} = \frac{\text{Чиста виручка від реалізації продукції}}{\text{Середньорічна сума кредиторської заборгованості}}$$

Зростання коефіцієнта означає збільшення швидкості оплати заборгованості підприємства, зниження – ріст покупок у кредит.



Тема 9. Аналіз ефективності використання основних фондів підприємства

ОСНОВНІ ПИТАННЯ:

9.1. Поняття та класифікація майна підприємства.

9.2. Поняття, класифікація та основні критерії ефективності використання основних фондів підприємства.

9.3. Основні показники стану основних фондів.

9.4. Аналіз використання активної частини основних фондів.

9.5. Узагальнені показники використання основних фондів.



Тема 9. Аналіз ефективності використання основних фондів підприємства

Майно у сфері господарювання - це сукупність речей та інших цінностей (включаючи нематеріальні активи), які мають вартісне визначення, виробляються та використовуються у діяльності суб'єктів господарських відносин та відображаються в їх балансі або враховуються в інших передбачених законом формах обліку майна цих суб'єктів.

(ч. 1 ст. 139 Господарського кодексу України)

Основні фонди - це частина засобів виробництва, які діють у процесі виробництва протягом тривалого періоду часу, зберігають при цьому впродовж усього періоду натурально-речовинну форму і переносять свою вартість на продукцію по частинах у міру зносу у вигляді амортизаційних відрахувань.



Тема 9. Аналіз ефективності використання основних фондів підприємства

Показники ефективності використання основних фондів

- фондоддача
- фондомісткість
- фондоозброєність праці
- рентабельність основних фондів
- коефіцієнт введення основних виробничих фондів
- коефіцієнт вибуття основних виробничих фондів



Тема 9. Аналіз ефективності використання основних фондів підприємства

Фондовіддіча основних фондів - відношення вартості виробленої продукції до первісної середньорічної вартості основних виробничих фондів:

$$Фвід = П/Ф ,$$

де: П – обсяг товарної, валової чи реалізованої продукції, грн;
Ф – середньорічна вартість основних виробничих фондів підприємства, грн.



Тема 9. Аналіз ефективності використання основних фондів підприємства

Фондомісткість продукції – величина, обернена фондівіддачі. Вона показує частку вартості основних фондів, що припадає на кожен гривню продукції, що випускається:

$$F_{\text{міс}} = F/P$$

Фондоозброєність характеризує ступінь технічної оснащеності праці. Фондоозброєність визначають як співвідношення вартості основних фондів до чисельності працівників:

$$F_o = V_f / Ч_{\text{зм}}$$



**Тема 10. Аналіз ефективності використання
обігових фондів підприємства.**

ОСНОВНІ ПИТАННЯ:

10.1. Поняття та класифікація обігових фондів підприємства.

10.2. Аналіз потреб підприємства у обігових коштах.

10.3. Основні показники ефективності використання обігових фондів за їх видами.

10.4. Поняття та структура товарно-матеріальних запасів підприємства

10.5. Аналіз структури товарно-матеріальних запасів за видами ліквідності.

10.6. Розрахунок оборотності товарно-матеріальних запасів підприємства.

10.7. Оцінка ефективності використання товарно-матеріальних запасів.



Тема 10. Аналіз ефективності використання обігових фондів підприємства.

Оборотні кошти - предмети праці, які повністю беруть участь у виробничому процесі і цілком переносять свою вартість на вартість виготовленої продукції (наданих послуг) протягом одного виробничого циклу, як правило, менше за 365 днів.

За призначенням у виробничому процесі (за елементами) оборотні кошти класифікуються в такі групи:

- 1) Виробничі запаси
- 2) Засоби у витратах на виробництво
- 3) Готова продукція
- 4) Грошові кошти і розрахунки (засоби розрахунку)



Тема 10. Аналіз ефективності використання обігових фондів підприємства.

Показники ефективності використання оборотних коштів

Коефіцієнт оборотності - розраховується шляхом ділення вартості реалізованої продукції за діючими оптовими цінами за певний період на середній залишок оборотних коштів за той самий період:

$$K_{об} = \frac{P}{ОК}$$

Коефіцієнт завантаження оборотних коштів –показує, скільки оборотних коштів припадає на одну грошову одиницю (гривню) реалізованої продукції за певний період:

$$K_{зав} = \frac{ОК}{P}$$

Показник віддачі (рентабельності) оборотних коштів – являє собою відношення прибутку від реалізації продукції до середніх залишків оборотних коштів:

$$R_{ок} = \frac{ПР}{ОК}$$