

## ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ АКТИВІЗАЦІЇ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

*Ангелко І. В., к.е.н.*

*Інститут підприємництва та перспективних технологій  
Національного університету «Львівська політехніка»*

Як відомо, в умовах ринкової економіки підприємства здійснюють свою діяльність з метою отримання відповідного доходу. Власне отримання останнього свідчить про те, що продукція підприємства знайшла свого споживача, відповідає вимогам, потребам та попиту ринку за ціною, якістю, іншими технічними і функціональними характеристиками та властивостями. Водночас, отримання доходів створює основу для самофінансування підприємства за умови, що їх розмір достатній для покриття витрат, виконання зобов'язань та утворення чистого прибутку. Саме прибуток виступає якісним узагальнюючим показником роботи та функціонування підприємства, адже за його величиною можна визначити та проаналізувати ефективність усіх видів його діяльності.

Важливе значення для забезпечення умов постійного зростання величини прибутку підприємства відіграє його планування – складний процес, який включає глибокий економічний аналіз виробничих та фінансових показників діяльності суб'єкта господарювання за період, що передував плановому періоду.

В економічній практиці для планування прибутку підприємства використовують різні методи (метод прямого поасортиментного розрахунку, аналітичний метод, метод точки беззбитковості), кожен з яких передбачає виконання особливих принципів та охоплює відмінні характеристики (табл. 1).

У цілому, формування прибутку підприємства відбувається за рахунок реалізації його продукції. Відповідно до Податкового кодексу України момент реалізації визначається за датою відвантаження продукції (товарів), а для робіт (послуг) – за датою фактичного виконання (надання) таких, або за датою зарахування коштів покупця на банківський рахунок постачальника [1].

Однак, незалежно від визначення моменту реалізації в законодавчих актах, реальне формування на підприємстві прибутку від реалізації продукції має місце тільки за умови, коли така подія відбувається насправді, тобто коли кошти від покупця надходять на банківський рахунок постачальника.

Таблиця 1 – Методи планування прибутку підприємства

Метод планування прибутку	Характеристика
Метод прямого поасортиментного розрахунку	полягає у тому, що для розрахунку валового прибутку за кожною асортиментною позицією застосовується планова калькуляція собівартості виробів, а також обсяги реалізації, визначені при плануванні виручки від реалізації. Об'єктом планування є елементи чистого прибутку, насамперед прибутку від реалізації продукції, виконання робіт, надання послуг. Основою розрахунку слугує прогнозований обсяг продажу. Цей обсяг обмежується наявними виробничими потужностями. Після визначення обсягу продажу розробляється виробнича програма на основі укладених контрактів.
Аналітичний метод	ґрунтується на вивченні факторів, які визначають рівень прибутку в базовому періоді, врахуванні їх, а також інших факторів, які наявні вже в плановому періоді. Даний метод застосовується у разі незначних змін в асортименті продукції та за відсутності інфляції.
Метод точки беззбитковості	базується на принципі розподілу витрат на постійні і змінні та розрахунку маржинального прибутку. З виторгу від реалізації продукції (без ПДВ, акцизів, мита) віднімаються змінні витрати і залишається маржинальний прибуток. Далі від маржинального прибутку віднімаються постійні витрати і визначається кінцевий фінансовий результат.

Використанню ж прибутку підприємства передують його розподіл.

У загальному, розподіл прибутку – це процес направлення прибутку в бюджет. На підприємстві розподілу підлягає чистий прибуток, тобто прибуток, що залишився в розпорядженні підприємства після сплати податків та інших обов'язкових платежів.

На політику підприємства, щодо розподілу його прибутку впливають зовнішні та внутрішні фактори (рис. 1) [2, с. 233].

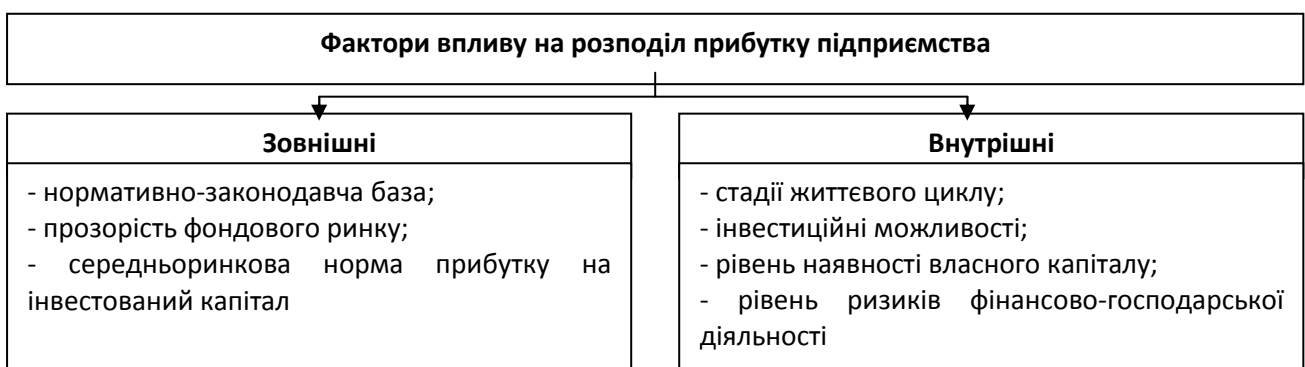


Рисунок 1 – Фактори впливу на розподіл прибутку підприємства

У цілому, розподіл чистого прибутку підприємства розглядається за трьома напрямками: на користь держави; на користь підприємства; на користь власників [3, с. 122-123].

Як відомо, підприємство самостійно визначає напрям використання частини прибутку, яка залишилася в його розпорядженні. При

цьому порядок розподілу і використання прибутку на підприємстві фіксується в його статуті та/або визначається положенням, яке розробляють відповідні економічні служби підприємства і затверджує його керівництво (рис. 2) [2, с. 232; 4, с. 110]. Згідно із Господарським кодексом України, порядок використання прибутку визначає власник (власники) підприємства або уповноважений ним орган відповідно до статуту підприємства і чинного законодавства [5].

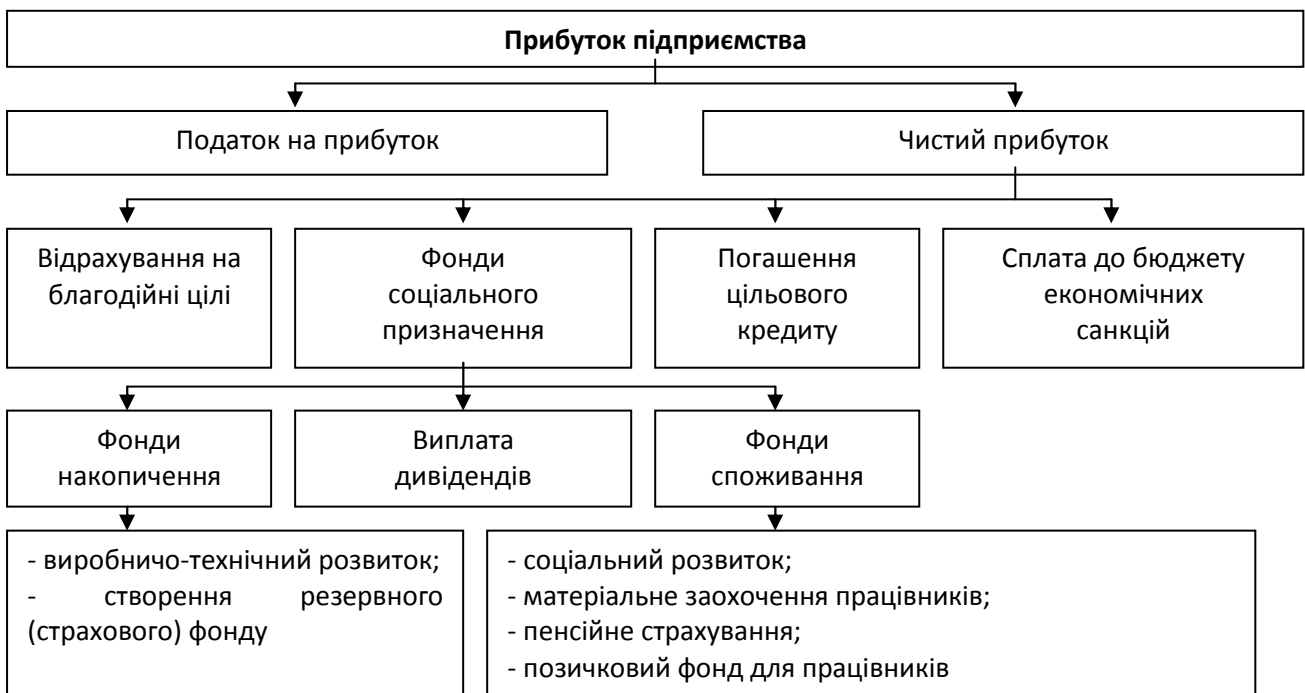


Рисунок 2 – Схема розподілу прибутку підприємства

В сучасних умовах господарювання, в процесі використання прибутку, суб'єкт господарювання повинен балансувати власні інтереси щодо тезаврації прибутку (спрямування прибутку на формування власного капіталу підприємства з метою фінансування інвестиційної діяльності) та потреб політики грошових дивідендних виплат (рис. 3) [2, с. 235].

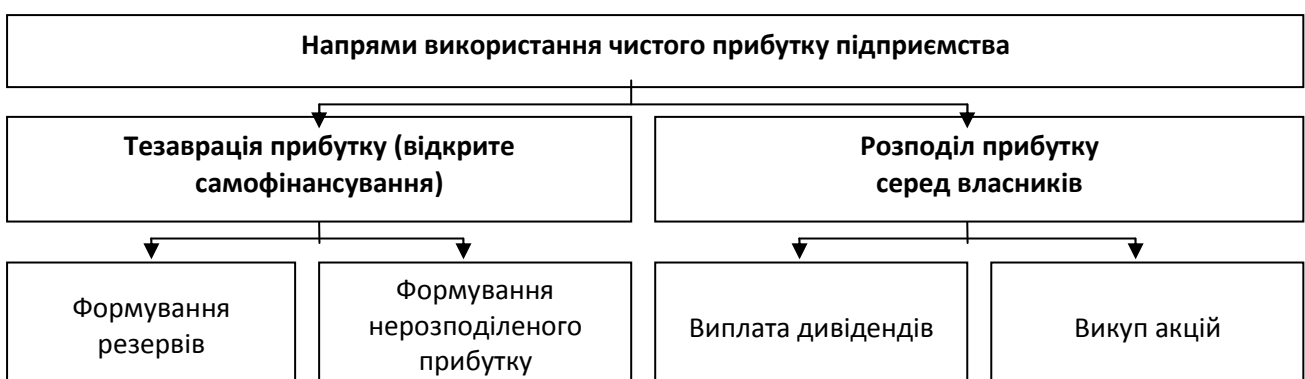


Рисунок 3 – Напрями використання чистого прибутку підприємства

Підсумовуючи, варто зазначити, що фінансовий механізм тезаврації прибутку являє собою сукупність фінансово-правових операцій щодо спрямування частини чистого прибутку підприємства на формування величини його власного капіталу з метою забезпечення покриття потреби суб'єкта господарювання у капіталі для фінансування інвестиційної та операційної діяльності. Водночас, резервування прибутку поточного року не означає його вивільнення із господарського обігу, оскільки такий прибуток спрямовується на фінансування оборотних та необоротних активів, забезпечуючи у такий спосіб розширене відтворення на рівні окремого суб'єкта господарювання.

### **Література.**

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 №2755-VI зі змінами [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Непочатенко О.О. Фінанси підприємств: Підручник / О.О. Непочатенко, Н.Ю. Мельничук. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 504 с.
3. Гетьман О.О. Економіка підприємства: Навч. посібник / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – К.: Центр навч. літератури, 2006. – 488 с.
4. Бердар М.М. Фінанси підприємств: Навч. посіб. / М.М. Бердар. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.
5. Господарський кодекс України від 16.01.2003 №436-IV зі змінами [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

## **ОСОБЛИВОСТІ ТА РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ В СТРАХУВАННІ**

*Гелешко К. В., студентка*

*Науковий керівник: Борисюк О. В., к.е.н. доцент*

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки*

Ринкові перетворення в Україні зумовили необхідність застосування страхування як важливого елемента господарського механізму і способу захисту від несприятливих подій, стихійних лих, аварій та катастроф. Існує потреба у висококваліфікованих фахівцях страхових менеджерів, спеціалістах з ліквідації збитків, оцінювачах ризиків, страхових агентах і брокерах.