

1. Богдан Т. Фінансово-економічні наслідки війни. *LB.ua*: Сайт. URL: https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan/550614_finansovoekonomichni_naslidki.html (дата звернення: 22.10.2023).

ФАКТОРИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ РОЗМІР ДОХОДУ ПІДПРИЄМСТВА

*Анохін О.І., здобувач вищої освіти,
Alex2022.13041984@gmail.com*

*Науковий керівник: Смірнова П.В., к.е.н., доцент
Державний біотехнологічний університет*

Господарська діяльність підприємств залежить від низки взаємопов'язаних організаційних, економічних та технологічних факторів. В економічних дослідженнях під факторами розуміють умови протікання економічних процесів та причини, що впливають на них. Фактори взаємопов'язані між собою і по-різному впливають на результати господарської діяльності. Вони діють по відношенню один до одного, і негативна дія одного фактору може послабити або усунути позитивну дію іншого фактору. Під час аналізу виявляється і модифікується вплив кожного фактору на досліджувані показники, а також визначаються причини їх виникнення, взаємозв'язки і взаємозалежності між аналізованими показниками.

Всі явища і процеси господарської діяльності підприємства взаємопов'язані, взаємообумовлені і взаємозалежні, одні з них пов'язані безпосередньо, інші – опосередковано. Кожен показник діяльності залежить від великої кількості різних факторів. Оскільки операційний дохід є якісним показником діяльності підприємства, то його розмір, структура та склад, а отже і рівень, формуються під впливом багатьох факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища підприємства. Тому процес аналізу доходу підприємства передбачає виявлення та кількісну оцінку факторів, що визначають величину та рівень доходу, а також дослідження процесу його формування та виявлення основних тенденцій і закономірностей розвитку.

Для того, щоб зробити правильні висновки та прийняти відповідні управлінські рішення, необхідно враховувати взаємодію складного комплексу факторів та виявити основні чинники та детермінанти.

Фактори, що аналізуються, можна класифікувати за різними критеріями.

Факторна класифікація – це поділ факторів на групи за спільними ознаками, що дозволяє більш точно оцінити місце і роль кожного фактору у формуванні розміру результативного показника.

Для виявлення резервів підвищення прибутку підприємства, необхідно вивчити вплив на цей показник низки факторів, які здійснюють вплив на різні джерела доходів підприємства.

Тому, факторний аналіз – це аналіз низки факторів (причин), що впливають на результативний показник при залученні детермінованих або імовірнісних методів дослідження. Факторний аналіз можна поділити на прямий аналіз, який розкладає результативний показник на складові, та зворотний аналіз (синтез), який об'єднує окремі складові в загальний результативний показник.

Така класифікація дає можливість дослідити та оцінити вплив на досліджуваний показник і прийняти найбільш адекватні управлінські рішення.

Зовнішні фактори, які здійснюють вплив на операційний прибуток компанії – це ті фактори, що від діяльності компанії не залежать:

- державне регулювання цін у поточному становищі на товари, що складають споживчий кошик;

- державна політика щодо формування доходів населення, наприклад, не індексація національного доходу відповідно до рівня інфляції, що впливає на купівельну спроможність населення і призводить до зниження обсягів продажів;

- державне регулювання переліку та розміру податків, які формують ціну купівлі-продажу і, відповідно, визначають рівень цін.

Внутрішні фактори, що впливають на доходи підприємств – це ті, що залежить від функціонування підприємства:

- місцезнаходження компанії та магазину - цей фактор позитивно впливає на виручку та прибуток бізнесу;

- близькість до споживачів (впливає на швидкість зміни попиту в процесі постачання нової продукції);

- інфраструктура міста або регіону (наявність комплексної та злагодженої транспортної системи, задоволення потреб в електроенергії та зв'язку і перспективи їх розвитку);

- конкурентні переваги (розташування магазину або окремих підрозділів підприємства в місцевості, що забезпечує умови для підвищення конкурентоспроможності та захоплення певних цільових сегментів ринку);

- стратегія діяльності підприємства на споживчому ринку.

Останнім часом, у зв'язку з нестабільними економічними умовами та зниженням попиту і купівельної спроможності споживачів, компанія використовує стратегію стабілізації, тобто стратегію діяльності в умовах непередбачуваної зміни обсягів продажу та прибутку;

- використання та ефективність ресурсів компанії;

- ефективність цінової, асортиментної та маркетингової політики.

Це включає в себе вибір оптимальної структури товарообігу, як з точки зору забезпечення задоволеності клієнтів, так і з точки зору максимального задоволення їхніх потреб, а також встановлення обґрунтованих і адекватних цін на конкретні групи товарів, що реалізуються компанією.

Це також включає в себе оптимізацію витрат компанії на рекламу, утримання їх на якомога нижчому рівні та максимізацію ефективності;

- сфера діяльності компанії – можна виміряти вплив цього фактора на загальний дохід бізнесу. У цьому випадку факторний аналіз оцінює вплив різних факторів на обсяг комерційного доходу компанії.

Збільшення товарообігу означає збільшення торгового доходу. Чим більше товарів продається, тим більша загальна сума, отримана від комерційної націнки.

Менш виражений вплив має структура продажів. Це пов'язано з тим, що націнки на товари, які продаються в роздріб, відрізняються від націнок на товари, які продаються оптом. У роздрібній торгівлі націнка вища, оскільки процес зміни формату вартості вимагає додаткових витрат.

Відмінності в рівні торговельної націнки за окремими товарними групами визначають взаємозв'язок між асортиментною структурою продажів і розміром торговельного доходу.

Розмір доходу підприємства від різних видів діяльності є функцією обсягу пов'язаних операцій та встановленого на них рівня цін.

Основа визначення ціни на товари підприємства є одним з головних визначальних чинників успішності загальної господарської діяльності підприємства та ефективності його функціонування.

Таким чином, реалізація самостійності підприємства у визначенні ціни на товар, що реалізуються, передбачає формування цінової

політики, яка є системою прийняття рішень підприємством щодо визначення рівня цін.

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ ЗДІЙСНЕННЯ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ РИНКУ ЗЕРНА В УКРАЇНІ

*Арапін Ю.М., здобувач наукового ступеня доктора філософії
A_I_H@i.ua*

*Науковий керівник: Андрущенко І.Г., к.ю.н., професор,
професор кафедри економічної безпеки та фінансових розслідувань
Національна академія внутрішніх справ*

Вітчизняний ринок зерна (далі – РЗ) в Україні посідає пріоритетне місце у структурі національної економіки. Виробництво, зберігання, переробка та експорт зернових культур є не лише одним із основних джерел формування дохідної частини державного бюджету, а й базовим місцем працевлаштування робочої сили, яка проживає в сільській місцевості. Підкреслимо, що за останні десять-п'ятнадцять років Україна значно підвищила обсяги з постачання зернових на міжнародний ринок, а експортний попит і надалі буде вагомим мотиваційним аспектом та основою розвитку вітчизняного РЗ.

Одну з ключових ролей у цих процесах відіграє публічне адміністрування (далі – ПА) РЗ в Україні.

Наразі належне ПА РЗ в Україні:

- підвищує прозорість ринку, а отже довіру його інвесторів та безпосередніх учасників;
- є інструментом контролю запасів зернових культур;
- забезпечує попередження проблем якості зернових культур;
- зберігає ідентичність та походження продуктів переробки на основі зерна;
- сприяє освоєнню нових ринків збуту зернових культур;
- запобігає вчиненню шахрайських дій, фальсифікацій та недобросовісної конкуренції;
- є механізмом ліквідації забруднених продуктів та визначення таких джерел під час спалаху хвороб тощо [1].

Разом з тим, вітчизняний РЗ потребує швидкої мінімізації невідповідності темпів розвитку зернового господарства та транспортно-логістичної інфраструктури. Необхідно визначити чіткі та прозорі стандарти діяльності суб'єктів РЗ, які здатні стимулювати вільну конкуренцію та заохочувати приватних інвесторів до