



3. Рейтинг енергоефективності регіонів України [електронний ресурс] // *Ukrainian Energy Index - UEI 2012.* – Режим доступу: <http://www.energy-index.com.ua/uk/ratings/2012/regions/luganska/>

4. Програма сталого енергетичного розвитку м.Івано-Франківська на період до 2020р. – 61 с.: [електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.misto.esco.co.ua/best_practice/seap_ivano_frankivsk.pdf

Роман ЯКИМІВ
науковий керівник
к.е.н., доц. Михайлишин Л.І.
ІФННІМ THEY

ВПРОВАДЖЕННЯ ВИТРАТНИХ МЕТОДІВ В СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ І РОЗПОДІЛОМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Метою діяльності будь-якого підприємства є отримання прибутку. Максимізація прибутку є одним із основних завдань фінансового менеджера, яке для свого вирішення потребує оптимальних рішень у сфері капітальних вкладень, управління структурою та вартістю капіталу, доходами і витратами, основним і оборотним капіталом. Стабільне зростання прибутку - це результат ефективного управління фінансами господарюючого суб'єкта в цілому.

Управління прибутком поділяють на такі етапи [1]:

- формування прибутку;
- розподіл прибутку;
- використання прибутку.

При формуванні прибутку підприємства результат залежить від таких складових: валові витрати підприємства, дохід від реалізації продукції, який залежить від ціни та обсягу реалізації. Процес управління формуванням прибутку передбачає управління кожною з цих складових [2].

Управління витратами - це процес усвідомлення того, де, коли і в яких обсягах витрачаються ресурси підприємства, а також вміння забезпечити максимально високий рівень віддачі від використаних ресурсів [3].

Основним завданням управління витратами є пошук шляхів найефективнішого використання наявних обмежених ресурсів за допомогою планування, калькулювання, обліку і контролю виробничих витрат, а також мінімізація витрат на реалізацію продукції.

Наявність детальної інформації про витрати дає можливість оцінити ефективність використання ресурсів окремими підрозділами, доцільність здійснення витрат на виробництво певного виду продукції. На рис. 1 наведено класифікацію витрат підприємства.

Основну частку валових витрат підприємства складає собівартість продукції. Собівартість - це грошове вираження витрат підприємства, безпосередньо пов'язаних із виробництвом та реалізацією продукції. Визначення собівартості дає змогу здійснювати контроль за мірою споживання



ресурсів на підприємстві, оскільки вона відображає рівень продуктивності праці, ефективність використання основних засобів та оборотних коштів. Знаючи структуру собівартості, можна визначити джерела її зниження, серед яких зменшення витрат на сировину, матеріали, паливо, електроенергію, підвищення продуктивності праці, скорочення витрат на управління та обслуговування виробництва.

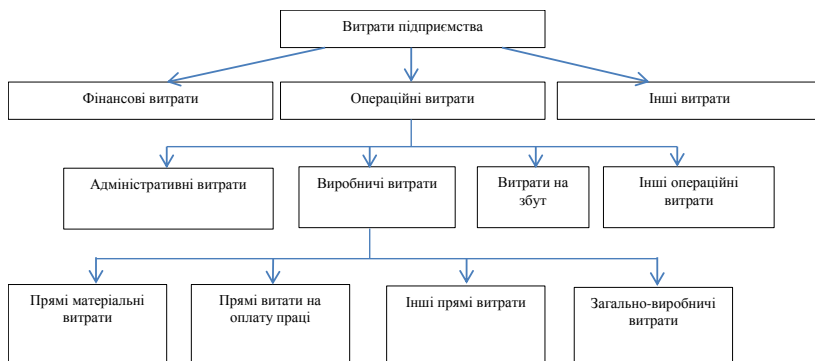


Рис. 1. Структура витрат підприємства

Окрім того, витрати класифікують на постійні та змінні [4].

Постійні витрати - це витрати, які в короткостроковому діапазоні залишаються незмінними незалежно від обсягів виробництва продукції. До них відносять орендну плату, амортизаційні відрахування, витрати пов'язані з утриманням адміністративного персоналу і т.д.

Змінні витрати - це такі витрати, обсяг яких змінюється прямо пропорційно до змін обсягів виробництва продукції. До них належать: витрати на закупівлю сировини і матеріалів для основного виробництва; заробітна плата робітників, зайнятих на виробництві; витрати, пов'язані з реалізацією продукції та ін.

Поділ витрат на постійні та змінні дає змогу впливати на структуру собівартості продукції за допомогою зміни обсягів виробництва продукції, скорочення необов'язкових постійних витрат, зниження змінних витрат за допомогою введення нових технологій, що дозволяють зекономити ресурси та підвищити продуктивність праці, а отже й зменшити витрати на одиницю продукції, що при сталих цінах реалізації призведе до збільшення прибутку.

Таблиця 1 ілюструє, яким саме чином обсяг виробництва впливає на постійні та змінні витрати. Як бачимо, нарощування обсягів виробництва продукції безумовно викликає збільшення сумарних витрат підприємства, однак за рахунок зменшення постійних витрат на одиницю продукції, відбувається зниження повної собівартості одиниці товару [3].

Таблиця 1.

Вплив зміни обсягу виробництва (реалізації) продукції на постійні і
змінні витрати

Обсяг виробництва (збуту)	Змінні витрати		Постійні витрати	
	Сумарні	На одиницю продукції	Сумарні	На одиницю продукції
Зростає Зменшується	Збільшуються Зменшуються	Постійні Постійні	Постійні Постійні	Зменшуються Збільшуються

Другою складовою при формуванні прибутку є дохід від реалізації продукції, який залежить від ціни реалізації, обсягів продажу та швидкості обороту капіталу. Сутністю дохідного підходу щодо управління формуванням прибутку підприємств є управління цими складовими [2].

Однак, цей підхід має ряд суттєвих недоліків. По-перше, вплив підприємства на ціну реалізації за умов ринкової економіки є дуже обмеженим, оскільки ціна в такому випадку, визначається не виробником, а за допомогою взаємодії попиту та пропозиції на ринку. Управління ціною є актуальним лише для монополістів, однак і тут є обмеження, яке визначається можливим втручанням держави в разі встановлення високої ціни на продукцію даних підприємств.

По-друге, збільшення обсягу продажу товарів, звичайно може збільшити прибуток. Однак, цей шлях розвитку підприємства є екстенсивним, оскільки збільшення обсягу продажу неможливе без нарощування обсягу виробництва продукції, що в свою чергу, призводить до збільшення витрат і відповідного зменшення прибутку. Також, збільшуючи обсяги продажу, підприємство має бути готовим до зменшення ціни своєї продукції, оскільки відбуватиметься збільшення пропозиції на ринку при сталому попиті, що безумовно може викликати зниження прибутку. Окрім того, нарощування обсягів виробництва продукції часто відбувається за рахунок бездумного витрачання ресурсів, що враховуючи їх рідкісність і обмеженість також зумовить в майбутньому підвищення собівартості продукції, а отже і недоотримання прибутку. Тобто, як бачимо, управління прибутком на основі дохідного підходу приносить результат лише в короткостроковому періоді.

На відміну від дохідного, витратний підхід до управління формуванням прибутку не має даних недоліків. Підприємство може повністю впливати на обсяг витрат на одиницю продукції збільшуючи продуктивність праці, використовуючи більш досконалі технології виробництва, регулюючи співвідношення між постійними і змінними витратами. Даний підхід забезпечує дотримання режиму економії сировини та матеріалів, що дозволяє раціональніше використовувати обмежені ресурси і забезпечувати ефективне управління прибутком як в короткостроковому, так і в довгостроковому періоді.

**Список використаних джерел:**

1. Кожанова С.П. Факторний аналіз прибутку / Кожанова С.П., Коюда О.П. // *Фінанси України*. - 1999. - № 4. - С. 33 - 40..
2. Економіка підприємства : Підручник / За заг. ред. С.Ф.Покропивного. - Вид 2-ге, перероб. та доп. - К.: КНЕУ, 2000 - 528 с..
3. Переверзева, О. Л. Порядок використання прибутку державного підприємства [Текст] / О. Переверзева Главбух. - 2005. - N 9. -С. 42-48.
4. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами / Ван Хорн Дж. К. Пер. с англ. - М.: Финансы и статистика, 1996. - 799 с.

Петро КУЧИНСЬКИЙ
науковий керівник
к.е.н., доц. Михайлишин Л.І.
ІФННІМ ТНЕУ

ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ НІМЕЧЧИНИ

Особливістю сучасного розвитку світових країн-лідерів є не лише масштабність виробництва, й висока диверсифікованість галузей функціонування, при чому ці галузі часто відрізняються за характером і специфікою розвитку. Так такі країни як США, Японія, Китай, Канада, Німеччина, Франція, Великобританія й ряд інших країн Європи сьогодні «диктують» закономірності соціально-економічних стандартів та розвитку таких секторів глобальної економіки як машинобудування, банківських відносин, дослідження альтернативних джерел енергії, програмно-комп'ютерної інженерії, подорожей та туризму і т.д. Пріоритетність розвитку таких галузей саме в високо розвинутих державах зумовлюється комплексною дією низки факторів, а саме: історичними передумовами, наявністю економічного базису та суспільної підтримки як щодо створення пропозиції, так і щодо активізації попиту. Найбільш доцільно вплив даних факторів можна пред'явити на основі дослідження особливостей розвитку туристичного ринку Німеччини та його впливу на економіку цієї країни.

Внесок туризму в економіку Німеччини досить значний і характеризується наступними показниками: займає друге місце по обсягах доходів після автомобілебудування, створює 8% внутрішнього валового продукту країни, надає робочі місця для 3 млн. осіб.

Німеччина належить до найвідоміших на світовому туристичному ринку країн. У рейтингу з популярності туристичних напрямків протягом багатьох років вона займає 10 місце, по доходах від іноземного туризму – 5 місце, а по видатках – перше. У цей час Німеччина має найбільше негативне сальдо туристичного балансу у світі – більш 40 млрд доларів, що в 1,5 вище, ніж у Великій Британії, яка перебуває на другому місці по даному показнику (- 25 млрд дол.) [1].

На сучасному етапі туризм у Німеччині відіграє важливу роль. Так, доля туризму в ВВП Німеччини складає 4,5 %, що дорівнює 119 млрд євро. Це