

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний економічний університет
Навчально-науковий інститут інноваційних освітніх технологій
Кафедра економіки підприємств і корпорацій

САМОЙЛЕНКО Олена Русланівна

**ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА РОЗРОБКА
СТРАТЕГІЇ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Спеціальність 8.03050401 – економіка підприємства
Дипломна робота за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр»

Виконала:

Студентка групи ЕППзм-22

О.Р. Самойленко

Науковий керівник :

О.П. Вашків

Дипломну роботу допущено до
захисту в ДЕК

« ___ » _____ 2017 р.

Зав. кафедри

професор Гринчуцький В.І.

РЕЗЮМЕ

Дипломна робота містить 97 сторінок, 7 таблиць, 12 рисунків, список використаних джерел із 85 найменувань, 4 додатки.

Метою дипломної роботи є вироблення теоретико-методичних положень щодо підвищення прибутковості підприємства, розробка стратегій підвищення прибутковості підприємства; проведення аналізу техніко-економічної діяльності аеропорту «Бориспіль»; розробка стратегій збільшення прибутковості авіаційного підприємства.

Об'єктом дослідження є сучасний стан прибутковості ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль».

Предметом дослідження є стратегії підвищення прибутковості підприємства.

Одержані висновки та їх новизна: полягають у дослідженні розробки методичних положень щодо стратегії підвищення прибутковості аеропорту: розроблено методику визначення конкурентної позиції аеропортів України, методичні підходи до забезпечення фінансування видів діяльності аеропорту шляхом розподілу надходжень від зборів з користувачів.

Ключові слова: витрати, прибуток, класифікація, динаміка, ліквідність, рентабельність, стратегія.

RESUME

Thesis contains 97 pages, 7 tables, 12 figures, list of sources with 85 titles, 4 applications.

The aim of the thesis is to develop a theoretical and methodical positions to improve profitability, develop strategies to increase profitability of the company; analysis of technical and economic activities of the airport "Borispol"; developing strategies to increase profitability of the aviation business.

Object is the current state of profitability SE "International airport "Borispol".

The subject of research is the strategy of increasing profitability. The resulting conclusions and innovation: is to develop methodical positions on the strategy to increase profitability airport: the method of determining the competitive position of airports Ukraine, methodical approaches to financing activities airport by dividing income from user charges.

Keywords: expenses, income, classification, dynamics, liquidity, profitability, strategy.

АНОТАЦІЯ

Самойленко О.Р. Підвищення прибутковості підприємства та розробка стратегії її забезпечення. – Рукопис.

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра за спеціальністю 8.03050401 – «Економіка підприємства». – Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль, 2017.

У роботі розглянуто теоретико-методологічні підходи до визначення прибутковості підприємства та його підвищення, здійснено аналіз фінансово-економічного стану та динаміку прибутковості підприємства, запропоновано стратегії та шляхи підвищення прибутковості підприємства.

Робота пройшла апробацію на ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль», одержано підтвердження практичного впровадження окремих її положень.

ANNOTATION

Samoilenko O.R. Increase profitability and ensure its development strategy. – Manuscript.

Research on the receipt of educationally-qualifying level of master's degree after specialty 8. 050107 "Economy of enterprise" it is the Ternopol national economic university. – Ternopil', 2017.

In work theoretical-methodological approaches are considered to determination of profitability and its increase, the analysis of financial and economic situation and profitability dynamics of the proposed strategies and ways to improve profitability of enterprise.

Work passed approbation on SE «Boryspil» International Airport», confirmation of practical introduction of separate its positions is got.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРИБУТКУ ТА ЙОГО ПІДВИЩЕННЯ.....	8
1.1. Законодавче визначення сутності прибутку, його види та функції.....	8
1.2. Етапи та методи розробки стратегії підвищення прибутковості.....	22
1.3. Основні шляхи формування та використання прибутку.....	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ДЕРЖАВНОГО ПІДПРИЄМСТВА «МІЖНАРОДНИЙ АЕРОПОРТ «БОРИСПІЛЬ».....	36
2.1. Характеристика фінансово-економічного стану ДП МА «Бориспіль»....	36
2.2. Показники прибутковості ДП МА "Бориспіль", рівень та динаміка рентабельності.....	42
2.3. Вплив інновацій на розвиток діяльності підприємства та фінансові показники ДП МА «Бориспіль».....	51
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДП МА «БОРИСПІЛЬ».....	65
3.1. Резерви зростання прибутку та їх оцінка.....	65
3.2. Стратегічна мета, цілі підвищення прибутку та забезпечення досягнення її ефективності.....	69
3.3. Вплив пропозицій на показники фінансового результату.....	77
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
ДОДАТКИ.....	94

ВСТУП

Прибуток є спонукальним мотивом і джерелом діяльності. Він приводить у рух всі виробничі фактори – капітал, працю, природні ресурси, підприємницькі здібності – для створення продукту, його наступної реалізації і отримання прибутку.

Актуальність теми. Реалізація економічної стратегії розвитку підприємства здебільшого визначається обсягом доходу, який отримується. Так, від його розміру залежать можливості підприємства щодо оплати праці і формування чисельності та складу робітників, податкова політика, можливості розвитку матеріально-технічної бази та фінансування відтворювальних процесів, виплати дивідендів та інше.

З іншого боку, обсяг доходів є джерелом покриття поточних витрат і утворенням прибутку, водночас він залежить від економічної стратегії підприємства і його цільової функції - прибутку.

Тому тема дипломної роботи: «Підвищення прибутковості підприємства та розробка стратегії її забезпечення» є актуальною для всіх підприємств авіаційної галузі.

Об'єктом дослідження є Державне підприємство «Міжнародний аеропорт «Бориспіль».

Предметом дослідження є стратегія підвищення прибутковості підприємства.

Метою дипломної роботи є розробка стратегій підвищення прибутковості підприємства на основі вирішення таких завдань:

- а) визначити роль та місце управління доходами у досягненні ефективності підвищення прибутку авіаційного підприємства;
- б) провести аналіз техніко-економічної діяльності міжнародного аеропорту «Бориспіль»;
- в) виявлення резервів збільшення доходів на підприємстві;
- г) розробка стратегій збільшення прибутковості авіаційного підприємства.

З цього можемо визначити задачі, що були поставлені:

- а) визначити сутність прибутку, його види та функції;
- б) розглянути стан прибутковості на прикладі діяльності ДП МА «Бориспіль»
- в) розглянути стратегічні цілі підвищення розміру прибутку.

Прибутковості підприємства приділяється значна увага з боку Міністерства фінансів України, Міністерства Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, що знаходить своє відображення у законах, постановах та інструкціях. У вирішенні питання велику участь приймають такі автори як Бланк І.А., Кодацький В.П., Мочерний С.В., Бондар Н.М. та інші науковці.

Наукова новизна дипломної роботи полягає у дослідженні розробки методичних положень щодо стратегії підвищення прибутковості аеропорту:

- розроблено методику визначення конкурентної позиції аеропортів України на ринку обслуговування транзитних перевезень, в результаті чого визначено пріоритетні напрямки розвитку аеропортів з ціллю збільшення об'ємів перевезень шляхом залучення додаткових пасажиропотоків;

- систему чинників впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентну позицію аеропорту, яка враховує не тільки величину тарифів та аеропортових зборів, але і якість обслуговування пасажирів, авіакомпаній, включаючи безпеку польотів, а також рейтинг безпечності країни, що дозволяє визначити потенціал його розвитку;

- методичні підходи до забезпечення фінансування різних видів діяльності аеропорту шляхом розподілу надходжень від зборів з користувачів, та направлення їх не тільки на розвиток авіаційної та диверсифікаційної діяльності, але і підтримувати експлуатаційну придатність та модернізувати допоміжну інфраструктуру аеропорту, що дозволяє більш достовірно обґрунтовувати інвестиційні проекти;

Практична цінність роботи полягає у впровадженні стратегії розвитку, що дозволить забезпечити у 2019 році: пасажиропотік – 9 млн.пасажирів (+24% відносно показника у 2016 р.); інтеграцію в системі провідних європейських

трансферних аеропортів; чистий прибуток 841 млн. грн. (+ 674 млн. грн. відносно плану 2016 р.); дохід 3.5 млрд. грн.

Світовий вчений-економіст А. Сміт розглядав прибуток із двох сторін: по-перше, як результат праці, адже вартість, яку вона додає до вартості матеріалів, розкладається на дві частини – заробітну плату і прибуток підприємця; по-друге – результат функціонування капіталу. Д. Рікардо, ще один представник класичної політичної економії і наступник Сміта, розглядав прибуток уже виключно із позиції теорії трудової вартості. Він вважав, що прибуток зростає, якщо зменшується заробітна плата. Одним із головних чинників зростання прибутку є суспільна продуктивність праці, яка, зростаючи, зумовлює зниження вартості робочої сили (праці). Деякі вчені вважають прибуток однією із перетворених форм додаткової вартості. Додаткова вартість – специфічно марксистська категорія, яка трактується як вартість, створена працею найманого робітника, але привласнена капіталістом (підприємцем) у формі прибутку.

Аеропорт «Бориспіль» є найбільшим міжнародним аеропортом України, який забезпечує близько 65% авіаційних пасажирських перевезень України і є базою для провідних українських авіакомпаній.

Аеропорт розташований на перетині багатьох повітряних трас, що поєднують Азію з Європою та Америкою. Близько 50 національних та зарубіжних авіакомпаній здійснюють з «Борисполя» перевезення пасажирів та вантажів за понад 100 регулярними маршрутами.

Тому аеропорт не має задовольнятися статусом повітряних воріт України та її столиці, а й вести боротьбу за позицію міжнародного хабу, який забезпечить трансферне обслуговування пасажирів в регіоні від московського авіаційного вузла на півночі до стамбульського на півдні.

Основними факторами реалізації стратегії є:

- Сильний базовий авіаперевізник, який слідує стратегії хабу;

- Гнучка система мотивації авіаперевізників, спрямована на розвиток нових напрямків, далекомагістральної програми, трансферних пасажиропотоків;
- Розвиток сфери неавіаційної діяльності;
- Забезпечення операційної ефективності в першу чергу при обслуговуванні трансферних пасажирів, забезпечуючи мінімальний час стиковки;

Реалізація стратегії розвитку аеропорту дозволить забезпечити у 2019 році пасажиропотік на рівні 8.0 млн. пасажирів, що на 22.6% перевищує заплановані показники 2015 року. Аеропорт у 2019 році отримає дохід у розмірі 3.2 млрд. грн. та згідно фінансової моделі зможе отримати у 2019 році чистий прибуток на рівні 760 млн. грн., що більш ніж на 593 млн. грн. перевищує план 2015 року.

Методи дослідження. У процесі дослідження використовувалися такі традиційні методи: економічного аналізу як: прийом порівняння, спосіб табличного відображення інформації.

Зміст, структура та обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури. Робота містить 12 графіків, 7 таблиць. Бібліографія включає 85 позицій.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРИБУТКУ ТА ЙОГО ПІДВИЩЕННЯ

1.1. Законодавче визначення сутності прибутку, його види та функції

У Господарському кодексі України записано: «Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, зареєстрований компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку. На всіх підприємствах основним узагальнюючим показником фінансових результатів і господарської діяльності є прибуток (дохід)» [17]. Цими нормативними положеннями визначається роль і місце прибутку в економіці підприємства.

Прибуток підприємства – це перевищення доходів від його діяльності над сумою видатків; він є єдиною формою його власних нагромаджень. Податок на додану вартість і акцизний збір, які надходять у складі виручки від реалізації продукції підприємств, являють собою форми централізованих нагромаджень, повною сумою надходять у розпорядження держави, формуючи значну частку прибуткової частини державного бюджету [19].

На відміну від ПДВ і акцизного збору, прибуток, що його одержують підприємства у сфері виробництва товарів і послуг, хоч він також є одним із головних джерел формування централізованих фінансових ресурсів держави, в значній своїй частині використовується тими підприємствами, які його одержали, на збільшення виробництва, реконструкцію і технічне переозброєння їх основних засобів, удосконалення технології, матеріальне заохочення трудящих соціальний розвиток колективів [19].

Законодавство України, яке регулює господарську діяльність суб'єктів підприємництва і порядок організації бухгалтерського обліку і звітності, з

одного боку, і систему оподаткування прибутку – з іншого, під "прибутком" визначає два різних економічних явища.

Згідно з Податковим кодексом України, прибутком вважається сума валових доходів, тобто по суті доходів від усіх видів діяльності, скоригована певним чином для цілей оподаткування, зменшена на суму валових витрат підприємства і на вартість зносу (амортизації) основних засобів і нематеріальних активів [55].

Прибуток у класичному розумінні являє собою різницю між ціною товару і затратами на виробництво товару – його собівартістю. Саме таке розуміння прибутку закладене в усіх законодавчих актах України, крім законодавства про оподаткування прибутку. Такий показник, безумовно, в більшій мірі характеризує якість господарювання підприємства, саме він реальний і з точки зору спроможності підприємства відраховувати частину прибутку до бюджету.

Прибуток є основним джерелом фінансування витрат на виробничий і соціальний розвиток підприємства, найвагомим джерелом централізованих ресурсів держави: у доходи бюджету здійснюються відрахування від одержаного доходу підприємства, значною частиною якого є прибуток. Це означає, що доходи підприємства повинні задовольняти не тільки фінансові потреби, а й потреби держави на фінансування суспільних фондів споживання, розвиток науки, освіти, охорони здоров'я. Таким чином, у збільшення прибутку зацікавлені як підприємство, так і держава [34].

Головною метою створення та подальшого розвитку будь-якого суб'єкту господарської діяльності, не залежно від виду його діяльності чи форми власності, є отримання кінцевого фінансового результату, тобто прибутку. Економічний підсумок виробничої діяльності суб'єктів господарювання, що виражається у вартісній (грошовій) формі, є фінансовим результатом [71, с. 49].

Фінансовий результат є узагальнюючим показником, який характеризує ефективність діяльності суб'єкта господарювання. Фінансовим результатом діяльності підприємства у звітному періоді може бути прибуток або збиток. Більшу частину прибутку становить прибуток від реалізації продукції,

одержаний у вигляді різниці між виручкою від реалізації продукції і витратами на її виробництво і збут. На величину прибутку можуть також впливати фінансові результати, одержані від інвестиційної та фінансової діяльності підприємства, а також одержані внаслідок надзвичайних подій.

Фінансовий результат – це прибуток або збиток, який отримує господарюючий суб'єкт внаслідок своєї діяльності. Таким чином, фінансовий результат є одним з найважливіших економічних показників, який узагальнює усі результати господарської діяльності та надає комплексну оцінку ефективності цієї діяльності [69, с. 278].

Отже, результатом діяльності підприємства є прибуток або збиток. Прибуток в основному утворюється в результаті продажу (реалізації) готової продукції (послуг, товарів). Крім того, підприємство може продавати (реалізовувати) інші матеріальні цінності і послуги допоміжних виробництв і господарств [67, с. 438].

Отримання прибутку є основною метою будь-якої підприємницької діяльності. Від розміру отриманого прибутку залежать формування власного капіталу, виконання зобов'язань перед бюджетом, фінансування інвестицій, а також платоспроможність підприємства. Прибуток як головний показник ефективності діяльності підприємства виступає і як критерій визначення рівня виплат дивідендів, як визначальний фактор при встановленні рівня заробітної плати і винагороди адміністрації [67].

У положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 3 “Звіт про фінансові результати” надані наступні визначення прибутку та збитку:

- прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати;
- збиток – це перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого були здійснені ці витрати [56].

Прибуток є кінцевим фінансовим результатом, що характеризує виробничо-господарську діяльність усього підприємства, тобто становить основу економічного розвитку підприємства. Зростання прибутку створює фінансову основу для самофінансування діяльності підприємства, здійснюючи

розширене відтворення. За рахунок його виконується частина зобов'язань перед бюджетом, банками й іншими підприємствами. У такий спосіб прибуток стає найважливішим показником оцінки виробничої та фінансової діяльності підприємства. Прибуток характеризує кошториси його ділової активності й фінансове благополуччя. За рахунок відрахувань від прибутку в бюджет формується основна частина фінансових ресурсів держави, регіональних і місцевих органів влади, і від їхнього збільшення значною мірою залежать темпи економічного розвитку країни, окремих регіонів, збільшення суспільного багатства й в остаточному підсумку підвищення життєвого рівня населення.

Прибуток є різницею між сумою доходів і збитків, отриманих від різних господарських операцій (рис. 1.1). Саме тому вона характеризує кінцевий фінансовий результат діяльності підприємств.

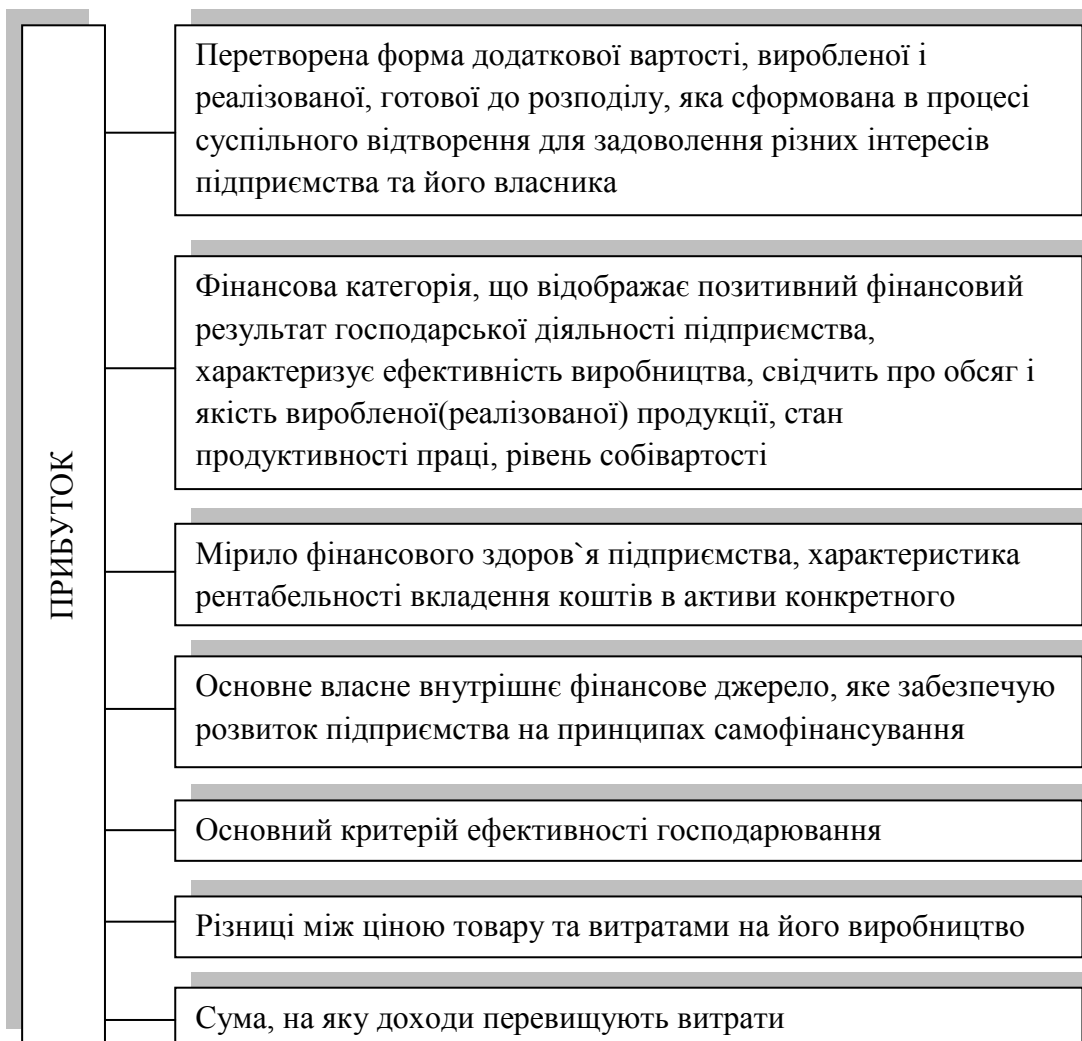


Рис. 1.1. Суть прибутку підприємства

Для різних потреб розрізняють такі види прибутку [18]:

Загальний прибуток – кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, що включає в себе фінансові результати від різних видів його діяльності (продаж продукції, послуги, прибуток від звичайної діяльності, надзвичайних подій);

Валовий прибуток – прибуток, розрахований на реалізованій продукції у вигляді різниці між чистим доходом (виручка без ПДВ та акцизів) від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції. Валовий прибуток розраховується за формулою:

$$П_{вал} = ВР - З, \quad (1.1)$$

де ВР - виручка від реалізації;

З - собівартістю проданих товарів, продукції, робіт і послуг.

Прибуток (збиток) від продажу являє собою валовий прибуток за вирахуванням управлінських і комерційних витрат:

$$П_{пр} = П_{вал} - Р_{у} - Р_{к}, \quad (1.2)$$

де $P_{в}$ - витрати на управління;

$P_{к}$ - комерційні витрати.

Торговельний прибуток – є вираженням у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення торговельної діяльності, і представляє собою різницю між сукупним доходом і сукупними витратами в процесі здійснення цієї діяльності

- За характером відбиття в обліку виділяють бухгалтерський і економічний прибуток підприємства [6].

Бухгалтерський прибуток характеризує кінцевий результат проведення всіх видів діяльності та є сумою отриманих прибутків (збитків). Обсяг балансового прибутку визначається за даними бухгалтерського обліку.

Економічний прибуток є собою різницею між сумою доходів підприємства, з одного боку, і сумою його поточних витрат, з іншого. При цьому враховуються поточні витрати як внутрішні так і зовнішні. Перші не відбиваються бухгалтерським обліком та оцінюються по їх альтернативній вартості.

Економічний прибуток підприємства завжди менший від бухгалтерського на величину внутрішніх поточних витрат.

- За характером діяльності підприємства розрізняють прибуток від звичайно і діяльності й прибуток від надзвичайних подій.

Прибуток від звичайної діяльності характеризує фінансовий результат від всіх традиційних для даного підприємства видів діяльності й господарських операцій, формується на регулярній основі.

Прибуток від надзвичайних подій характеризує незвичайне або дуже рідкісне для даного підприємства джерело формування.

- По основних видах господарських операцій підприємства виділяють прибуток від реалізації продукції й прибуток від позареалізаційних операцій.

Прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - є основним його видом на підприємстві, безпосередньо пов'язаним з галузевою специфікою діяльності. Аналогом цього терміна виступає термін "прибуток по основній діяльності". В обох випадках під цим прибутком розуміється результат господарювання по основній виробничо-збутовій діяльності підприємства.

Прибуток від позареалізаційних операцій відбивається у звітності у вигляді сальдо між отриманими доходами й понесеними втратами від цих операцій. Позареалізаційними доходами є штрафи, пені, неустойки за порушення умов договорів; активи, отримані безоплатно, у тому числі за договором дарування; надходження до відшкодування заподіяних організації збитків; прибуток минулих років, виявлена у звітному році; суми кредиторської і депонентської заборгованості, по яких минув термін позовної давності; курсові різниці; сума дооцінки активів (за винятком необоротних активів).

- По основних видах діяльності підприємства виділяють прибуток, отриманий від операційної, інвестиційної й фінансової діяльності.

Прибуток від операційної діяльності являє собою сукупний обсяг прибутку від реалізації продукції й прибутку від інших операцій, що не відносяться до інвестиційної або фінансової діяльності.

Прибуток від інвестиційної діяльності характеризує підсумковий фінансовий результат від операцій по придбанню (спорудженню, виготовленню) і продажу – основних фондів, нематеріальних активів і інших необоротних активів, а також короткострокових фінансових інвестицій, які не є еквівалентами коштів.

Прибуток від фінансової діяльності характеризує фінансовий результат операцій, які приводять до зміни розміру й складу власного капіталу й позичок підприємства (залучення додаткового акціонерного або пайового капіталу, емісії облігацій і інших боргових цінних паперів, залучення кредиту в різних його формах, погашення зобов'язань по основному боргу і т.п.).

За складом елементів, що формують прибуток, розрізняють маржинальний, валовий (балансовий) і чистий прибуток підприємства. Під цими термінами звичайно розуміють різні ступені "очистки" отриманих доходів від понесених підприємством у процесі господарської діяльності витрат.

Маржинальний прибуток характеризує суму чистого доходу від операційної діяльності за винятком суми змінних витрат.

Валовий прибуток характеризує суму чистого доходу від операційної діяльності за винятком всіх операційних витрат, як постійних, так і змінних

Балансовий прибуток характеризують різницю між всією сумою чистого доходу підприємства і всією сумою його поточних витрат, він включає три основні елементи: прибуток (збиток) від реалізації продукції, виконання робіт, надання послуг; прибуток (збиток) від реалізації основних засобів, їхнього вибуття, реалізації іншого майна підприємства; фінансові результати від позареалізаційних операцій.

Чистий прибуток характеризує суму балансового (валового) прибутку, зменшеного на суму податкових платежів за його рахунок.

За характером оподаткування прибутку виділяють оподатковувану і не оподатковувану податком його частини. Такий розподіл прибутку відіграє важливу роль у формуванні податкової політики підприємства, тому що дозволяє оцінювати альтернативні господарські операції з позицій кінцевого їх

ефекту. Склад прибутку, що не підлягає оподатковуванню, регулюється відповідним законодавством.

За характером інфляційної "очистки" прибутку виділяють номінальний і реальний його види.

Реальний прибуток характеризує розмір номінально отриманої його суми, скоригований на темп інфляції у відповідному періоді. По достатності рівня формування виділяють низький, нормальний і високий прибуток підприємства (критерієм такого розподілу виступає рівень нормального прибутку).

Нормальний прибуток характеризує такий рівень його формування, коли після покриття зовнішніх і внутрішніх поточних витрат, залишається дохід. Він дорівнює мінімальній ставці депозитного відсотка. Тобто порівнюються два варіанти: покласти гроші на депозит чи вкласти їх в бізнес, і якщо отриманий прибуток більше, ніж кошти, які б було отримано від депозиту, він вважається нормальним.

Низький і високий прибуток характеризує рівень його формування, що відповідно нижче або вище рівня нормального прибутку.

За характером використання в складі чистого прибутку виділяють споживану частину, та ту, що капіталізується.

Капіталізований прибуток характеризує ту суму, що спрямована на фінансування приросту активів підприємства, а спожитий прибуток - ту його частину, що витрачена на виплати акціонерам, персоналу або на соціальні програми підприємства.

За ступенем використання виділяють нерозподілений і розподілений прибуток підприємства.

Нерозподілений прибуток – це частина чистого прибутку, яка залишається у розпорядженні підприємства після виплати доходів власникам у вигляді дивідендів, формування резервного капіталу, поповнення статутного капіталу та використання на інші потреби. В окремих випадках підприємства в результаті своєї діяльності зазнають збитків. Сума непокритого збитку зменшує

власний капітал. Нерозподілений прибуток поділяється на асигновану й неасигновану частини:

- асигнована частина має певне цільове призначення (наприклад, для фінансування розвитку підприємства, проведення цільових програм тощо);
- неасигнована частина не має конкретного призначення.

У зарубіжних корпораціях часто встановлюються обмеження, які накладаються на суму нерозподіленого прибутку. Такі обмеження тимчасово виділяють певну суму нерозподіленого прибутку, яка б могла бути виплачена у вигляді дивідендів. Коли обмеження знімаються, ця сума може бути сплачена у вигляді дивідендів та використана на інші потреби. Одним з найбільш поширених добровільних обмежень є обмеження на нерозподілений прибуток з метою розширення матеріально-технічної бази підприємства.

Розподілений прибуток характеризує частину сформованого прибутку, що на даний момент вже розподілена й не використана в процесі господарської діяльності.

Санаційний прибуток – це специфічний вид прибутку, який виникає внаслідок викупу підприємством власних корпоративних прав (акцій, часток) за курсом, нижчим за номінальну вартість цих прав (дизажіо), у результаті їх безкоштовного передання до анулювання, зниження номінальної вартості або при одержанні безповоротної фінансової допомоги від власників корпоративних прав, кредиторів та інших зацікавлених у санації підприємства осіб [27, с. 42].

Головне призначення прибутку в сучасних умовах господарювання – відбиття ефективності виробничо-збутової діяльності підприємства. Це обумовлено тим, що у величині прибутку повинне знаходити висвітлення відповідність індивідуальних витрат підприємства, пов'язаних з виробництвом і реалізацією своєї продукції й виступаючих у формі собівартості, суспільно необхідних витрат, непрямим вираженням яких повинна з'явитися ціна виробу. Збільшення прибутку в умовах стабільності оптових цін свідчить про зниження індивідуальних витрат підприємства на виробництво й реалізацію продукції. В

працях багатьох вчених (зокрема Вуда Ф., Бланка І.А., Вальтера С.Б., Лішанського М.Л. та ін.) [7, с. 68] присутня думка, що метою створення будь-якого підприємства є отримання прибутку. За умов ринкової економіки отримання максимально можливої суми прибутку є метою будь-якого виробництва, таке бажання максимізації прибутку визначається його роллю в системі економічних відносин:

1. Прибуток є основною метою підприємницької діяльності і мірилом її ефективності.
2. Прибуток є основним джерелом формування фінансових ресурсів підприємства, що забезпечують його розвиток.
3. Прибуток є носієм захисної функції підприємства від загрози банкрутства та головною передумовою зростання ринкової вартості господарюючого суб'єкта.
4. У прибутковій роботі підприємства зацікавлене суспільство, бо прибуток підприємства є фундаментом економічного розвитку країни, джерелом задоволення соціальних потреб в зв'язку з тим, саме отримання прибутку забезпечує надходження до бюджету податків і платежів.

Прибутку притаманні функції:

- оцінювальна – полягає в тому, що прибуток використовується як основний критерій ефективності виробництва і використання ресурсів;
- стимулююча – полягає в тому, що його розмір впливає на виробниче і особисте споживання, є джерелом сплати податків;
- госпрозрахункова – полягає в тому, що госпрозрахунок передбачає обов'язкове отримання прибутку, інакше виробництво не має сенсу.

Як наголошувалось вище, прибуток є мірилом успіху діяльності підприємства, основою для прийняття інвестиційних рішень – джерелом виплати дивідендів, поповнення різних видів капіталу, умовою залучення позикових коштів. Однак, на нашу думку, слід виділити соціальну функцію прибутку, що сформувала б нове мислення підприємців щодо забезпечення не лише власного добробуту, а й підтримання соціально незахищених верств населення шляхом добровільного перерозподілу отриманого у виробництві

результату. Така практика не є новою для країн розвинутої економіки, де підприємці зацікавлені у такому перерозподілі через заходи державного стимулювання (зниження податкового тиску, пільги і т.д). Тим не менше, на нашу думку, не дивлячись на низьке державне стимулювання підприємницьких соціальних ініціатив, досягнення такої перспективи у вітчизняній економіці є вкрай необхідним вже у найближчі роки, оскільки гонитва за власною вигодою є кінечною, якщо не формувати нове бачення ролі прибутку для суспільства в цілому. При цьому в сучасних умовах підвищується значення прибутку як об'єкта розподілу, створеного в сфері матеріального виробництва чистого доходу між підприємствами й державою, різними галузями народного господарства й підприємствами однієї галузі, між сферою матеріального виробництва й невиробничою сферою, між підприємствами і його працівниками.

Робота підприємства в умовах переходу до ринкової економіки пов'язана з підвищенням стимулюючої ролі прибутку. Використання прибутку в якості основного оціночного показника сприяє росту обсягу виробництва й реалізації продукції, підвищенню його якості, поліпшенню використання наявних виробничих ресурсів. Посилення ролі прибутку обумовлено також діючою системою його розподілу, відповідно до якої підвищується зацікавленість підприємств у збільшенні не тільки загальної суми прибутку, але й особливо тієї його частини, що залишається в розпорядженні підприємства й використовується як головне джерело засобів, що направляють на виробничий і соціальний розвиток, а також на матеріальне заохочення працівників відповідно до якості затраченої праці.

Таким чином, прибуток відіграє вирішальну роль у стимулюванні подальшого підвищення ефективності виробництва, посилення матеріальної зацікавленості працівників у досягненні високих результатів діяльності свого підприємства. Подальше посилення розподільної й стимулюючої ролі прибутку пов'язане з удосконалюванням його механізму розподілу. Однак, прибуток не може розглядатися в якості єдиного й універсального показника ефективності

виробництва. Якщо темпи зростання вартісних показників перевищують темпи зростання виробництва конкретних видів продукції в натуральному виразі, має місце зниження ефективності використання виробничих ресурсів, розраховуючи на одиницю його корисного ефекту. У величині й темпах зростання прибутку недостатньо повно відбивається зміна обсягу й ефективності використання основних фондів й оборотних коштів. Додатковий прибуток може бути отриманий при збільшенні обсягу виробничих фондів і підвищенні ефективності їх використання. Зміна економічних показників за будь-який часовий період відбувається під впливом безлічі різноманітних факторів.

Досліджуючи питання визначення фінансових результатів, західні економісти звернули увагу, що виникненню прибутку сприяє ряд факторів: підприємницька ініціатива, сприятливі умови, протекція держави та інших суспільних інститутів. Економісти США та інших країн вивчають питання залежності прибутку від масштабів виробництва, коливань витрат та інтенсивності використання капіталу. На отримання прибутку також впливає здатність підприємця керувати ризиком та володіння методами передбачення та прогнозування. Різноманіття факторів, що впливають на прибуток, вимагає їхньої класифікації, що у той же час має важливе значення для визначення основних напрямків, пошуку резервів підвищення ефективності господарювання. Фактори, що впливають на прибуток, можуть класифікуватися по різних ознаках. Так, виділяють зовнішні й внутрішні фактори формування прибутку [11].

До внутрішніх відносяться фактори, які залежать від діяльності самого підприємства й характеризують різні сторони його роботи.

До зовнішніх факторів відносять фактори, які не залежать від діяльності самого підприємства, але деякі з них можуть впливати на темпи зростання прибутку й рентабельності виробництва. У свою чергу внутрішні фактори підрозділяються на виробничі і невиробничі. Невиробничі фактори зв'язані в основному з комерційними, природоохоронними й іншими аналогічними

видами діяльності підприємства, а виробничі фактори відбивають наявність і використання основних елементів виробничого процесу, що беруть участь у формуванні прибутку (засоби праці, предмети праці й сама праця). По кожному із цих елементів виділяються групи інтенсивних факторів [35].

До екстенсивних відносяться фактори, які відбивають обсяг виробничих ресурсів (наприклад, зміни чисельності працівників, вартості основних фондів), їхнього використання за часом (зміна тривалості робочого дня, коефіцієнта змінності устаткування й ін.), а також невиробниче використання ресурсів (витрати матеріалів на виробництво, втрати через відходи).

До інтенсивних відносяться фактори, що відбивають ефективність використання ресурсів (наприклад, підвищення кваліфікації працівників, продуктивності устаткування, впровадження прогресивних технологій). У процесі здійснення виробничої діяльності підприємства, пов'язаної з виробництвом, реалізацією продукції й одержанням прибутку, ці фактори перебувають у тісному взаємозв'язку й залежності.

Таким чином, можна зробити висновок, що ті самі елементи процесу виробництва (засоби праці, предмети праці й праця), розглядаються, з одного боку, як основні первинні фактори збільшення обсягу продукції, а з іншого боку – як основні первинні фактори, що визначають витрати виробництва. Оскільки прибуток являє собою різницю між обсягом виробленої продукції і її собівартістю, то її величина й темпи росту залежать від тих же трьох первинних факторів виробництва, які впливають на прибуток через систему показників обсягу продукції й витрат виробництва.

У цілому, формування прибутку має багатосторонні аспекти. Він, як найважливіша категорія ринкових відносин виконує наступні функції: оцінювальну, стимулюючу і госпрозрахункову, соціальну. В той же час не виключена можливість наділення прибутку і іншими функціями. Зміст названих функцій заключається в наступному [45, с. 38-42]:

Оцінювальна функція прибутку полягає в тому, що прибуток використовується як основний критерій економічної ефективності виробництва

і використання основних виробничих фондів. Використання прибутку в цій функції дає підприємцю дійовий засіб контролю за раціональним використанням наявних матеріальних і трудових ресурсів.

Розглядаючи функцію як міру ефективності виробництва, необхідно враховувати, що прибуток не співпадає з своєю об'єктивною основою – вартістю доданого продукту, а є її перетвореною (похідною) формою. Для підприємства прибуток означає, по-перше: надбавку до собівартості продукції, по-друге, – приріст авансованої вартості.

Зв'язок вартості додаткового продукту з своїм джерелом – живою абстрактною працею виражений прямо, безпосередньо, а в прибутку він представлений опосередковано і перетворено. І в цій якості прибуток виступає як результат руху всієї авансованої вартості. Для підприємства економія будь-якої частини витрат виробництва (матеріальних або трудових) означає збільшення прибутку. Отже, в силу того, що прибуток виступає як похідна форма і виражає результат руху всієї авансованої вартості, в ньому виражається результативність затрат як живої, так і уречевленої праці, тобто, ефективність виробництва.

Стимулююча функція прибутку полягає в тому, що він є джерелом матеріального заохочення робітників, розширення виробництва і вирішення соціальних проблем на підприємствах, а також джерелом сплати прямих податків до бюджету. В цьому зв'язку в отриманні прибутку повинні бути зацікавлені як держава, так і підприємства.

Госпрозрахункова функція прибутку полягає в тому, що госпрозрахунок, який є основним методом господарювання підприємств, передбачає не тільки покриття своїх витрат своїми доходами, але й отримання нагромаджень (прибутку) для стимулювання робітників і вирішення інших питань. В умовах ринкової економіки отримання прибутку орієнтує товаровиробника на збільшення обсягів виробництва продукції, зниження затрат на виробництво. Цим досягається як мета підприємництва, так і задоволення суспільних потреб.

Соціальна функція полягає у формуванні у виробника потреби максимізації прибутку не лише на індивідуальні та виробничі потреби, а й на часткове забезпечення загальносоціальних потреб суспільства без прямого втручання держави в процес розподілу прибутку (пряма підтримка підприємцем соціально значущих об'єктів).

Зважаючи на вищевикладене, у кінцевому рахунку прибуток підприємства має використовуватися на:

- нагромадження (виробничий і науковий розвиток);
- покриття збитків та інших потреб;
- капітальні фінансові вкладення;
- споживання (виплата дивідендів, відсотків, матеріальна допомога і т.п.)
- соціальні потреби.

Досягнення реалізації останньої функції можливе, на мою думку, за таких умов:

1. Формування державної політики стимулювання виробників (через податкову політику, формування відповідної нормативно-правової бази тощо);
2. Формування нового економічного мислення підприємців (через навчання, підвищення національного сумління, осмислення власної соціальної значущості);
3. Виховання нового бачення суспільством підприємця як соціально вагомого елемента соціуму.

1.2. Етапи та методи розробки стратегії підвищення прибутковості

Розвиток ринкових відносин у суспільстві різко змінює умови функціонування підприємств як на макро- так і на мікроекономічному рівні. Зміни форм власності, ринкові відносини, конкуренція, економічна самостійність підприємств вимагають, щоб новим економічним вимогам підпорядковувалась діяльність всіх структур та служб підприємства. Адже для

того, щоб забезпечити ефективну діяльність підприємства, необхідно кваліфіковано орієнтуватися у кон'юктурі ринку, передбачити дії конкурентів, грамотно оцінювати своє положення на ринку і здійснювати ефективний відбір варіантів проектних, технічних, господарських та управлінських рішень.

Умови ринку позбавляють керівників підприємств привілеїв стратегічної безвідповідальності за свої дії. Це означає, що тепер кожному підприємству, незалежно від форм власності, потрібно самостійно розв'язувати проблеми, які раніше або не виникали, або розв'язувалися іншими способами на іншому рівні. Кожен керівник повинен самостійно, враховуючи економічну ситуацію, законодавчі та нормативні акти, що обумовлюють правила ведення виробничої діяльності, а також кон'юктуру ринку, приймати вирішальні, довготермінові стратегічні рішення. При цьому він несе повну відповідальність перед самим собою, трудовим колективом, а також перед законом за всі економічні, юридичні, соціальні, екологічні та інші наслідки стратегічних рішень, що приймаються.

У загальному розумінні, стратегія – це план діяльності підприємства, спрямований на укріплення його позицій, задоволення потреб споживачів і досягнення поставлених цілей.

Як кажуть здавна: «Правильно господарювати – означає передбачати». Іншими словами це означає планувати, прогнозувати. Дійсно, вчасно і правильно застосовані стратегічні заходи дозволяють людині впливати на хід передбачених подій і спрямувати зусилля у бажаному напрямі.

Стратегії розробляються для того, щоб визначити, у якому напрямку буде розвиватися підприємство, і приймати обгрунтовані рішення при виборі способу дії. Вибір керівниками конкретної стратегії означає, що із усіх можливих шляхів розвитку і способів дій, що відкриваються перед підприємствами, вирішено вибрати один напрямок, у якому воно і буде розвиватися. Без стратегії у керівника немає продуманого плану дій, немає путівника у сфері бізнесу, немає єдиної програми досягнення єдиної програми досягнення бажаних результатів.

Вищеназвані умови і були реальною причиною виникнення зацікавленості До розроблення відкритої стратегії, адже такі "військові дії" вимагали теоретичного забезпечення. Тоді стратегія замінила те, що раніше ретичного забезпечення. Тоді стратегія замінила те, що раніше називалось політикою, або діловою політикою підприємства.

Економічна стратегія – це комплексна програма дій, спрямована на ефективну виробничу, науково-дослідну, комерційну, фінансову та іншу діяльність, реалізація якої забезпечить здійснення місії та досягнення цілей підприємства.

Тобто стратегія – це планування усіх найважливіших дій (підприємницьких, функціональних), які потрібно реалізувати, щоб забезпечити тривалий успіх підприємству [16].

Доцільність розроблення стратегії полягає в тому, що вона:

- дає визначення головних напрямків і шляхів досягнення цілей та забезпечення виживання підприємству в довгостроковій перспективі на основі концентрації зусиль на певних пріоритетах;
- є способом встановлення взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем;
- є інструментом координації, допомагає здійснювати діагностику діяльності підприємства, визначаючи причини відхилень між цілями та результатами й у випадку виникнення конфліктів чи протиріч сприяє досягненню компромісів;
- підвищує готовність підприємства реагувати на непередбачені зміни, демонструє зв'язок між функціями посадових осіб, сприяє обґрунтованому управлінню [24].

Однак стратегія:

- формується на основі дуже узагальненої, неповної та недостатньо точної інформації;
- постійно уточнюється у процесі діяльності, чому має сприяти добре налагоджений зворотній зв'язок;

- через багатоцільовий характер діяльності підприємство має складну внутрішню структуру, тому формуються системи стратегій у вигляді "стратегічного набору";
- є основою для створення планів, проектів і програм, які є системною характеристикою напрямків росту підприємства тощо.

Стратегія завжди є багатооб'єктною. Зокрема, об'єктами стратегії можуть бути продукція, капітал, максимізація прибутку, поведінка на ринку, конкурентоспроможність, технологія та інші елементи ринкової системи господарювання [38].

У кінцевому підсумку основа добре сформульованої стратегії полягає у захопленні на ринку сильної позиції й побудові такої організації, яка могла б успішно працювати не дивлячись на непередбачені обставини, сильну конкуренцію і внутрішні проблеми.

Сучасний економічний стан підприємств України можна охарактеризувати як стан, коли підприємствам потрібно вести боротьбу за виживання. Кращим засобом виживання підприємства є формування його власної стратегії щодо зміцнення його становища на ринку, пожвавлення господарської діяльності і одержання прибутку. Умовами виходу із кризи є виробництво продукції, яка користується попитом у населення, з урахуванням техніко-технологічних та організаційних можливостей підприємства та впровадженням різного роду інновацій.

На практиці використовують різні підходи до розвитку стратегії, такі як схеми аналізу галузевої прибутковості, конкурентне позиціонування, виявлення базових виробничих можливостей, ресурсів, стратегічних намірів і розробка сценаріїв майбутнього розвитку.

Марний будь-який принцип, якщо його використовують для підтвердження застиглих переконань. Завжди потрібно прагнути до нового розуміння, до розвитку нових перспектив і ідей. Обережність не перешкодить і при зіткненні з новітніми модними підходами до осмислення стратегії. Вони можуть виявитися досить корисними, але є небезпека, що модна ідея приведе

до того, що всі суперники виберуть схожий стиль конкуренції і забудуть про необхідність триматися власного стилю. Сутність конкурентної переваги полягає в тім, щоб конкурувати інакше – бути націленим на особливі групи споживачів, використовувати унікальні методи виробництва, маркетингу ітн.

У міру загострення світової конкуренції однією з задач за узгодженням різних напрямків діяльності і підпорядкуванню їхнім стратегічним цілям компанії стає вибір, де на земній кулі розвертати ту або іншу діяльність і як здійснювати координацію дій у просторі. Необхідність одержувати вигоду від масштабу виробництва, вводити діаграми змін і жорстко координувати рішення підштовхує до концентрації діяльності, а не до розмазування її по глобусі. Географічне розсіювання операцій робиться привабливим, коли до цього примушують особливості місцевих ринків або вимоги урядів, коли високі транспортні витрати або коли зосередження бізнесу в одному місці занадто ризиковано і вигідніше розподілити ризик на кілька географічних точок.

Задача узгодження операцій і видів діяльності стає особливо важливою, коли бізнес розкиданий по великій площі. Необхідно забезпечити інтеграцію розсіяних у просторі інформації, знань і технологій. До кожної крапки земної кулі, де діє компанія, потрібно чітко довести її стратегічні рішення. Рішення цих задач у глобальному масштабі важко здійснити і важко скопіювати, і тому ефективний розподіл діяльності в просторі є потенційно коштовним джерелом конкурентної переваги.

Оцінка стратегії не зводиться до оцінки окремих її результатів. Метою є стійкість позицій, тому, скажемо, висока прибутковість інвестицій не може бути досить надійним критерієм успіху. Деякі компанії, що мають спочатку блискучі успіхи, через п'ять або шість років починають зазнавати збитків. Як же переконатися, що стратегія гарна?

- Гарна стратегія відображає і підсилює вибір і переваги керівництва компанії.
 - Гарна стратегія має своєю основою визначене розуміння стратегічних переваг.
- Це розуміння повинне бути досить ясным, щоб його можна було виразити одною пропозицією.

- Гарна стратегія відрізняється послідовністю. Вона послідовно й узгоджено реалізується функціональними підрозділами компанії, і створюване ціле перевершує суму своїх частин.

- Гарна стратегія припускає відсутність торохань. Вона визначає хід розвитку, що погодиться з рішеннями компанії, але дає шанси пристосуватися до невизначених можливостей майбутнього [53].

Досить давно ведуться суперечки про те, що є сутністю стратегії – визначеність або гнучкість. З одного боку, стратегія припускає визначені зобов'язання, а тому рішення треба приймати обачно. Стратегія дійсно припускає прийняття визначених зобов'язань, але змісту в цій рекомендації стільки ж, скільки в раді "купуй дешевше, продавай дорожче". Тут немає відповіді на питання, як забезпечити обачність рішень. З іншого боку, у мінливому світі стратегія вимагає гнучкості, тому варто зберігати відкритість. Стратегія дійсно вимагає гнучкості, але зміст цієї ради приблизно той же, що в рекомендації "не ризикуй". Не можна зберігати можливість будь-яких рішень і вибору. Потрібно зрозуміти, від яких можливостей можна відмовитися [38].

Стратегія дійсно вимагає сполучення гнучкості і зобов'язань. Конфлікт між цими характеристиками зникне, якщо усвідомити, що компанія повинна робити інвестиції сьогодні (зобов'язання і визначеність), щоб створити можливості (гнучкість), що дозволяють їй процвітати в мінливому і невизначеному майбутньому. Стратегія – це вибір виробничих і функціональних можливостей, у які варто інвестувати, і видів інвестицій, від яких варто відмовитися. Життєво важливе значення має спрямованість на цілі, що складають основу конкурентної переваги. Ці цілі вказують напрямок стратегічного позиціонування, що неможливо заздалегідь намітити або запланувати. Прийняті на цьому шляху рішення визначаються їхньою погодженістю з основними цілями. Це означає, що наші цілі повинні чітко визначати, чим саме компанія відрізняється від своїх конкурентів, а не просто

звеличувати "високу якість", "кваліфіковане керівництво" або інші звучні, але розпливчасті цілі.

Гнучкість створюється інвестиціями в розвиток можливостей, яких не буде в інших компаній, що не зуміли вчасно зробити аналогічні капіталовкладення. Наприклад, своєчасні вкладення у виробничу лінію дозволяють згодом розширювати й удосконалювати її. Своєчасні вкладення в нові технології дають можливість використовувати їх у майбутньому або застосовувати ефективніше (дешевше), чим конкуренти. Завдяки своєчасним вкладенням в удосконалювання організаційної структури компанія через якийсь час зможе керувати своєю діяльністю таким способом, який недоступний для конкурентів [24].

Отже, на закінчення можна сказати наступне, сама по собі гнучкість не утворить стратегічної позиції, але інвестиції в розвиток функціональних і виробничих можливостей дозволяють гнучко реалізувати стратегію в нашому мінливому світі. Ці інвестиції визначають здатність компанії підтримувати свою конкурентну перевагу. Гнучкість і відкритість до майбутніх шляхів розвитку створюються стратегічними інвестиціями, що дозволяють досягати результатів, обумовлених стратегічними цілями компанії. Так що нема рації, та й небажано, тримати відкритими усієї функціональної і виробничої можливості розвитку. Стратегія повинна розвивати ті з них, що забезпечують створення цінностей для своїх споживачів. А вони, у свою чергу, також піддані змінам.

1.3. Основні шляхи формування та використання прибутку

Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконаленням його матеріально-технічної бази. Вся діяльність підприємства спрямована на те, щоб забезпечити зростання прибутку або принаймні стабілізувати його на певному рівні. Процес накопичення прибутку відбувається під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього характеру.

Внутрішні фактори впливу на прибуток підприємства – це фактори, які залежать від діяльності підприємства:

- обсяг діяльності підприємства;
- стан та ефективність використання ресурсів підприємства;
- рівень доходів;
- рівень витрат;
- ефективність цінової та асортиментної політики.

Зовнішні фактори впливу на прибуток підприємства – це фактори, які не залежать від діяльності підприємства:

- державне регулювання цін в сучасних умовах на товари, які входять до споживчого кошика (хлібобулочні вироби, м'ясні та молочні продукти);
- подорожчання послуг інших галузей народного господарства - зростання цін на електроенергію, тарифів на паливо-мастильні матеріали, теплову, парову енергію, транспортні послуги, послуги зв'язку, що приводить до збільшення поточних витрат;
- система оподаткування – залежність між прибутком та податками обернено-пропорційна – чим менше податків заплатить підприємство, тим більше прибутку залишиться в його розпорядженні;
- зміна нормативних документів по кредитуванню, збільшення облікової ставки за користування кредитними ресурсами - збільшує поточні витрати та негативно впливає на формування прибутку;
- політика держави по формуванню доходів, відсутність індексації доходів населення залежно від темпів інфляції впливає на зниження купівельної спроможності населення, що приводить до зниження обсягів реалізації продукції, а отже зниження прибутків.

Прибуток є об'єктивною економічною категорією. Тому на його формування впливають об'єктивні процеси, що відбуваються в суспільстві, у сфері виробництва й розподілу валового внутрішнього продукту [28].

На формування абсолютної суми прибутку підприємства впливають:

- результати, тобто ефективність його фінансово-господарської діяльності;
- сфера діяльності;
- галузь господарства;
- установлені законодавством умови обліку фінансових результатів.

Підходи до формування прибутку підприємства:

Бухгалтерський підхід – прибуток формується як різниця між виручкою від реалізації продукції (товарів, послуг) і поточними витратами виробництва.

Економічний підхід – прибуток формується як різниця між виручкою від реалізації та поточним и витратами виробництва (реалізації), та витратами втрачених можливостей, основою яких є альтернативний процентний дохід на капітал.

На формування прибутку як фінансового показника роботи підприємства, що відбивається в бухгалтерському обліку, в офіційній звітності суб'єктів господарювання, впливає встановлений порядок визначення фінансових результатів діяльності; обчислення собівартості продукції (робіт, послуг); загальногосподарських витрат; визначення прибутків (збитків) від фінансових операцій, іншої діяльності.

Узагальнюючим фінансовим показником діяльності підприємства є його прибуток. Протягом тривалого часу загальна сума отриманого підприємством прибутку визначалась як балансовий прибуток. Найбільш повне, на нашу думку, визначення балансового прибутку було дано в статистичному щорічнику України. «Балансовий прибуток – загальна сума прибутку підприємства від усіх видів діяльності за звітний період, отримана як на території України, так і за її межами, що відображена в його балансі і включає прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), в тому числі продукції допоміжних і обслуговуючих виробництв, що не мають окремого балансу, основних фондів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів та матеріальних цінностей. Отримання балансового прибутку було пов'язане з кількома напрямками діяльності підприємства (рис. 1).



Рисунок 1.2. Формування прибутку підприємства (Структурно-логічна схема формування прибутку підприємства до реформування бухгалтерського обліку і фінансової звітності та введення національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку) [60]

По-перше, це основна діяльність. Її результатом є прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Як правило, цей прибуток займав основну

питому вагу в складі балансового прибутку. Прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) визначався відніманням з виручки від реалізації суми податку на додану вартість, акцизного збору, ввізного мита, митних зборів, а також витрат, що включалися в собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг). Залежно від сфери, виду діяльності підприємства мали місце деякі особливості формування цього прибутку, методики його розрахунку.

По-друге, це діяльність, що не є основною для даного підприємства, але пов'язана з реалізацією матеріальних і нематеріальних цінностей, деяких послуг. Її визначали як прибуток від іншої реалізації.

Прибуток від іншої реалізації міг бути отриманий за реалізації на сторону продукції підсобних, допоміжних і обслуговуючих виробництв. У цьому разі прибуток розраховувався так само, як і від реалізації продукції основної діяльності. Прибуток від реалізації основних фондів (групи 1), нематеріальних активів розраховувався відніманням від ціни їх реалізації ПДВ, витрат з реалізації і залишкової їх вартості. Прибуток від реалізації цінних паперів обчислювався як різниця між ціною їх реалізації і ціною придбання. При цьому з ціни реалізації виключали витрати, пов'язані з реалізацією (комісійний збір).

Склад і обсяг прибутку від іншої реалізації міг значно коливатись на окремих підприємствах і в окремі періоди.

По-третє, це діяльність, пов'язана зі здійсненням фінансових інвестицій. У результаті підприємства одержують прибуток у вигляді дивідендів на акції, від вкладання коштів у статутні фонди інших підприємств (прибутки від володіння корпоративними правами); у вигляді відсотків за державними цінними паперами, облігаціями підприємств, за депозитними рахунками в банках. Обсяг цього прибутку і його питома вага в балансовому прибутку мали тенденцію до зростання, що було обумовлено розвитком ринкової економіки, фондового ринку.

На обсяг названого прибутку справляв вплив обсяг фінансових інвестицій, їхнє спрямування і структура, умови оподаткування. Слід

зазначити, що прибуток, отриманий від володіння корпоративними правами та державними цінними паперами суб'єктами господарювання, оподатковується.

По-четверте, це діяльність, пов'язана з отриманням позареалізаційних прибутків і виникненням позареалізаційних витрат (збитків) підприємств.

До них включали:

- прибутки і збитки минулих років, що були виявлені у звітному періоді; невідшкодовані збитки від надзвичайних ситуацій (стихійних лих, пожеж, аварій);
- надходження боргів, списаних раніше як безнадійні; штрафи, пені, неустойки, що надходили за порушення господарських договорів суб'єктами господарювання у зв'язку із застосуванням фінансових санкцій;
- штрафи, отримані за несвоєчасне погашення податкового кредиту з державного бюджету;
- кредиторська заборгованість між підприємствами недержавної форми власності, щодо якої минув термін позовної давності;
- дебіторська заборгованість, щодо якої минув термін позовної давності;
- прибуток від завищення цін і тарифів;
- курсова різниця від операцій в іноземній валюті;
- прибуток (збиток) від ліквідації основних засобів;
- вартісна різниця відвантаженої та отриманої частини виконаного повністю бартерного контракту;
- прибуток (збиток) від спільної діяльності.

Слід звернути увагу, що отримання прибутку суб'єктами господарювання було пов'язане з діяльністю не тільки на території України, а й за її межами. Засоби або майно, отримані підприємством безкоштовно, до складу прибутку не включалися.

Однак послаблення контролю за формуванням прибутку з боку податкових органів не зменшує значення цього показника для підприємства. Прибуток залишається джерелом сплати податків, формування фінансових

ресурсів підприємств. Тому формування загального прибутку, його збільшення мають важливе значення для кожного підприємства – суб'єкта господарської діяльності. Управління цими процесами займає важливе місце у фінансовому менеджменті.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1

Під час дослідження ролі прибутку у господарській діяльності підприємства можна прийти до висновку, що прибуток є основною метою діяльності підприємства, джерелом фінансування його розвитку, вдосконалення його матеріально-технічної бази та продукції, забезпечення всіх форм інвестування, об'єктом оподаткування та джерелом сплати податків. Отже, прибуток відіграє надзвичайно важливу роль у господарській діяльності будь-якого підприємства.

З метою аналізу та забезпечення ефективного управління формуванням прибутку розрізняють такі види прибутку: бухгалтерський, економічний, маржинальний, валовий, чистий, номінальний, реальний, нормальний, високий, низький, розподілений, прибуток від звичайної діяльності, прибуток від надзвичайних подій, прибуток від позареалізаційних операцій, прибуток від операційної діяльності, прибуток від інвестиційної діяльності, прибуток від фінансової діяльності.

Таким чином, ми з'ясували, що прибуток є однією з найважливіших категорій в економіці. Прибуток – кінцевий позитивний результат господарської діяльності будь-якого підприємства.

Значення прибутку полягає в тому, що він є:

- а) основним джерелом фінансування розвитку підприємства, вдосконалення його матеріально-технічної бази та продукції, забезпечення всіх форм інвестування;
- б) об'єктом оподаткування та джерелом сплати податків.

З метою аналізу та забезпечення ефективного управління формуванням прибутку розрізняють такі види прибутку підприємства:

- а) маржинальний прибуток;
- б) валовий прибуток;
- в) операційний прибуток, або прибуток від операційної діяльності;
- г) прибуток від звичайної діяльності до оподаткування;
- д) прибуток від звичайної діяльності підприємства;
- е) чистий прибуток підприємства.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ДЕРЖАВНОГО ПІДПРИЄМСТВА «МІЖНАРОДНИЙ АЕРОПОРТ «БОРИСПІЛЬ»

2.1. Характеристика фінансово-економічного стану ДП МА «Бориспіль».

Аеропорт «Бориспіль» є найбільшим міжнародним аеропортом України, який забезпечує близько 65% авіаційних пасажирських перевезень України і є базою для провідних українських авіакомпаній.

Аеропорт розташований на перетині багатьох повітряних трас, що поєднують Азію з Європою та Америкою. Близько 50 національних та зарубіжних авіакомпаній здійснюють з «Борисполя» перевезення пасажирів та вантажів за понад 100 регулярними маршрутами.

Розглядаючи фінансову діяльність та активи підприємства, можна сказати, що у 2015 р. обсяг активів ДПМА «Бориспіль» змінився неістотно і станом на 01.01.2016 р. склав 9.5 млрд. грн. Динаміка і структура активів підприємства відображена схематично нижче (рис. 2.1).

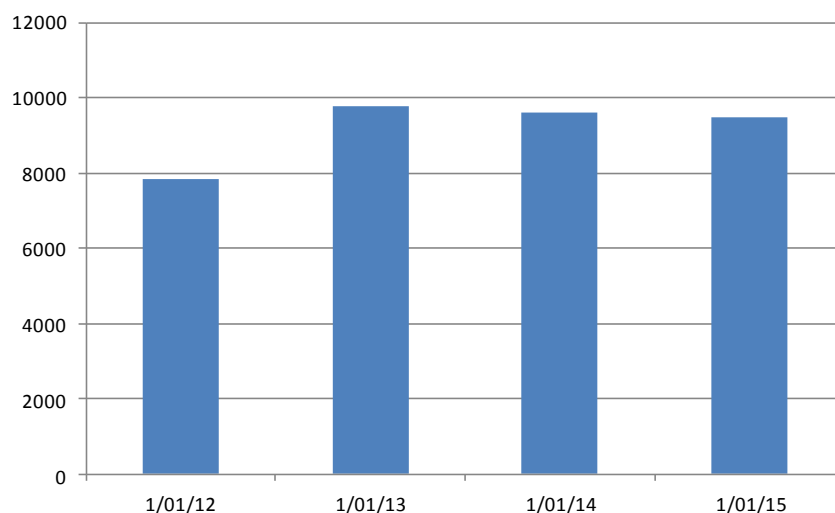


Рисунок 2.1. Динаміка активів, млн. грн.

Структура активів ДП МА «Бориспіль» відповідає роду діяльності підприємства. Основними складовими активів є виробничі потужності (основні засоби, нематеріальні активи, капітальні інвестиції), грошові кошти та дебіторська заборгованість, запаси, а також інші активи, які використовуються в поточній діяльності (рис. 2.2.).

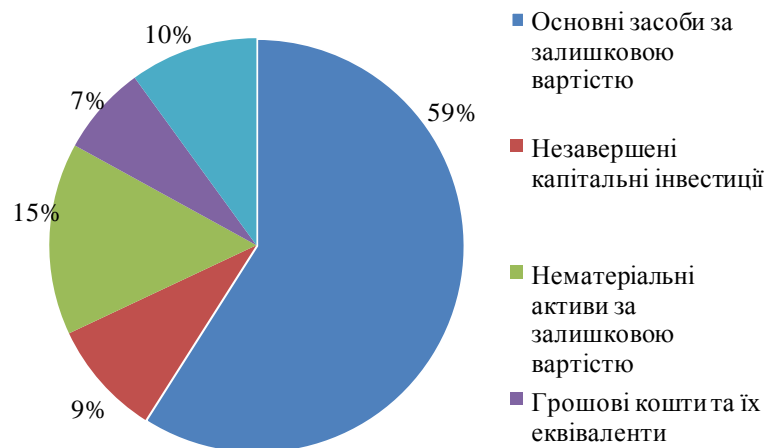


Рисунок 2.2. Структура активів станом на 1 січня 2016 р.

У 2016 р. на придбання основних засобів було використано 35.3 млн. грн. (18.9% планового показника), ще близько 50 млн. грн. Було використано на фінансування їх модернізації. Крім того, за останній рік були профінансовані капітальні інвестиції в обсязі 137.9 млн. грн., що складає 30% планового показника.

Нематеріальні активи сформовані, в основному, майновими правами на користування земельними ділянками.

Основними складовими незавершених капітальних інвестицій є вкладення в будівництво термінального комплексу «D», паркінгу, а також інших необоротних активів. Джерелами фінансування капітальних інвестицій є позикові ресурси (терміналD та паркінгу), а також власні кошти (амортизаційні відрахування та чистий прибуток). У 2015 р. частка позикових ресурсів у структурі джерел фінансових інвестицій склала 36%. Частка позикових ресурсів

у фінансуванні придбання основних засобів ще менш істотна (основним джерелом фінансування таких операцій є надходження від основної діяльності).

Динаміка не завершених капітальних інвестицій та основних засобів ДП МА «Бориспіль» відображена схематично нижче (рис. 2.3.).

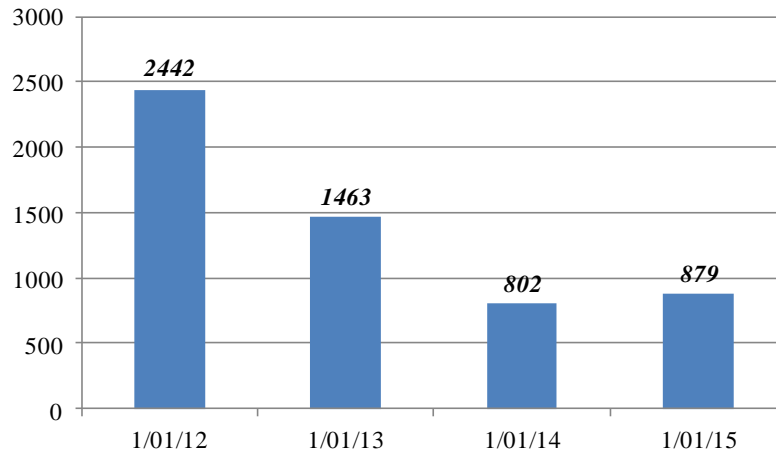


Рисунок 2.3. Незавершені капітальні інвестиції, млн. грн.

Основні засоби, що перебувають у власності підприємства, складаються переважно з будівель та споруд, а також обладнання виробничого призначення (рис. 2.4.).

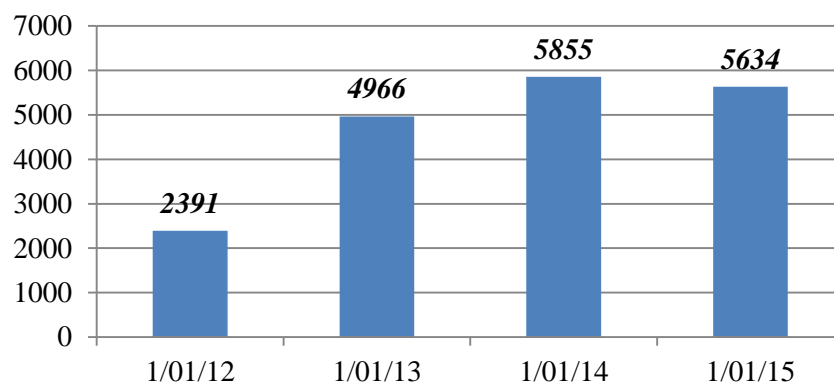


Рисунок 2.4. Основні засоби, що перебувають у власності підприємства

Станом на 01.01.2015 р. обсяг товарної дебіторської заборгованості склав 391.3 млн. грн., заборгованості за авансами – 122.7 млн. грн., іншої заборгованості – 129.6 млн. грн.

Обсяг запасів у 2015 р. змінився неістотно, а їх основними складовими є паливо, сировина та матеріали. Грошові кошти наприкінці 2015 р. склали майже 7% валюти балансу ДП МА «Бориспіль» й розміщені на поточних і депозитних рахунках у вітчизняних банках.

У цілому, якість активів ДП МА «Бориспіль» є задовільною. Підприємство продовжує інвестувати в розвиток матеріально-технічної бази і підтримує необхідний обсяг ліквідних коштів.

Звернемо увагу на фінансування діяльності. Діяльність ДП МА «Бориспіль» фінансується за рахунок власних коштів і позикового фінансування, основу якого складають кредити та кошти, що залучені від розміщення облігацій. Динаміка та структура пасивів підприємства відображена схематично нижче (рис. 2.5.).

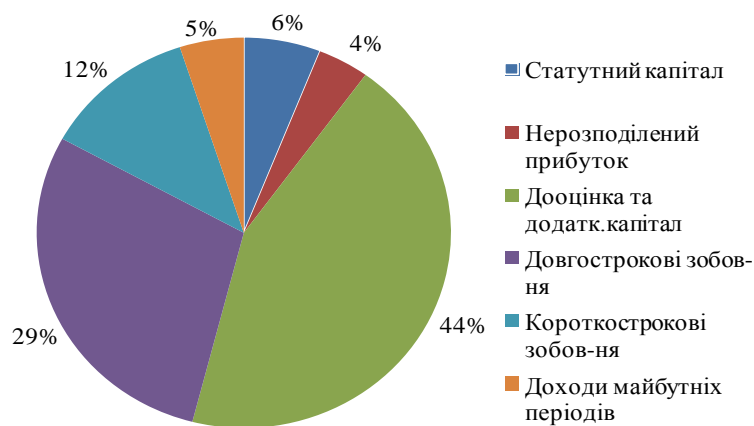


Рисунок 2.5. Структура пасивів станом на 1 січня 2016 р.

На початок 2016 р. питома вага власних коштів у пасивах склала 54%.

У 2015 р. обсяг зобов'язань підприємства збільшився на 2%, що пов'язано, насамперед, з переоцінкою кредитних зобов'язань внаслідок зростання курсу валют. Так, станом на 01.01.2015 р., обсяг заборгованості ДП МА «Бориспіль» за банківськими позиками склав 2.97 млрд. грн.; ще 0.75 млрд. грн. становить поточна заборгованість з боргових цінних паперів (облігацій), утримувачем яких є державний АТ «Укресімбанк». Заборгованість по лізингу за 2015 р. була повністю погашена.

Основний обсяг запозичень здійснено на довгостроковій основі. Ключовими кредиторами підприємства є Кабінет міністрів України (субкредитний договір), а також державні банки. Інформація про заборгованість по кредитах та інших фінансових зобов'язаннях ДП МА «Бориспіль» відображена схематично нижче (рис. 2.6.).

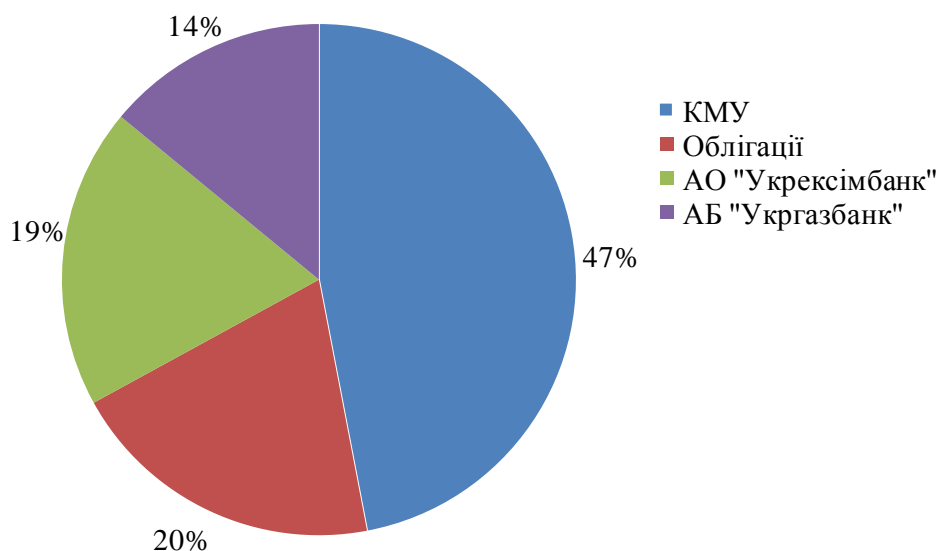


Рисунок 2.6. Структура заборгованості за кредитами станом на 1 січня 2016 р.

Значний обсяг надходжень прив'язаний до валютного курсу (аеропортівні збори) або номінований в іноземній валюті, тому валютні та індексовані позики не несуть додаткової загрози ліквідності. ДП МА «Бориспіль» обслуговує фінансові зобов'язання відповідно до умов їх залучення.

Основний обсяг кредиторської заборгованості становить поточна заборгованість за виконані підрядні роботи. Кредиторська заборгованість та заборгованість за розрахунками в сумі становить близько 1% від пасивів ДП МА «Бориспіль». Обсяг доходів майбутніх періодів на балансі залишається відносно стабільним, і на початок 2016 р. становить 0.4 млрд. грн.

Щодо фінансово-економічного стану підприємства, незважаючи на зниження обсягів наданих послуг у 2015 р. (зменшення пасажиропотоку на рівні 13% у порівнянні з попереднім роком) чистий дохід та показники

ефективності діяльності зросли через вплив зростання курсу іноземної валюти, до якої прив'язана більша частина авіаційних доходів. Загальні доходи ДП МА «Бориспіль» за 2015 склали 1.82 млрд. грн, чистий дохід від реалізації 1.58 млрд. грн. Зростання доходів та зниження витрат собівартості (в основному за рахунок зменшення закупівель матеріалів та послуг, здійснення поточних ремонтів, зменшення споживання палива, а також зменшення витрат на оплату праці персоналу) призвело до підвищення обсягу валового прибутку (Дод. А).

ДП МА «Бориспіль» є фінансово стабільним інфраструктурним підприємством. Так, за результатами 2012 року, був отриманий чистий прибуток на рівні 402.5 млн. грн. За результатами 2013 року отримано чистого прибутку на рівні 126.5 млн. грн. Зниження рівня прибутковості підприємства є очікуваним після введення в експлуатацію інфраструктурного комплексу (терміналу «D»). У 2014 році чистий збиток підприємства склав 126.8 млн. грн., що є наслідком відображення збитку (від'ємне значення неопераційних курсових різниць) на заборгованість за кредитами в іноземній валюті у сумі 513 млн. грн.

Оновлення фонду основних засобів, що необхідне для підтримки операційної діяльності, планується в межах щорічної суми амортизаційних відрахувань за рахунок власних коштів.

Фінансування об'єктів капітального будівництва та реконструкції планується здійснювати за рахунок власних коштів (амортизаційні відрахування та чистий прибуток), окрім паркінгу, кошти на який були залучені у 2012 році.

Починаючи з 2015 року, очікується поступове підвищення рентабельності за рахунок збільшення операційної діяльності підприємства з максимальним використанням об'єктів інфраструктури та зниження витрат на обслуговування зовнішніх запозичень.

2.2. Показники прибутковості ДП МА "Бориспіль", рівень та динаміка рентабельності

Основним джерелом доходів від реалізації послуг є надходження від послуг авіаційної діяльності, що складає 86% в загальному обсязі чистих доходів, без врахування інших операційних доходів, до складу яких входять доходи від оренди активів, нараховані відсотки на залишки коштів на рахунках, тощо. Частка доходів від надання послуг авіаційної діяльності в загальних доходах складає 82%.

Головним завданням Державного підприємства "Міжнародний аеропорт "Бориспіль" є:

- отримання прибутку від здійснення господарської діяльності;
- наземне обслуговування повітряних суден авіакомпаній, що використовуються на внутрішніх, міждержавних та міжнародних повітряних лініях;
- своєчасне задоволення попиту економіки та суспільних потреб в наданні першочергових послуг для здійснення авіаційних перевезень пасажирів та вантажу;
- забезпечення авіаційної безпеки та безпеки польотів.

Незважаючи на кризові явища в економіці України та спад на ринку авіаперевезень ДП МА "Бориспіль", завдяки впровадженню плану реформ, у 2015 р. вже забезпечив зростання обсягів авіаперевезень та повернення до прибутковості. Частка перевезень через аеропорт «Бориспіль» зросла до 68%.

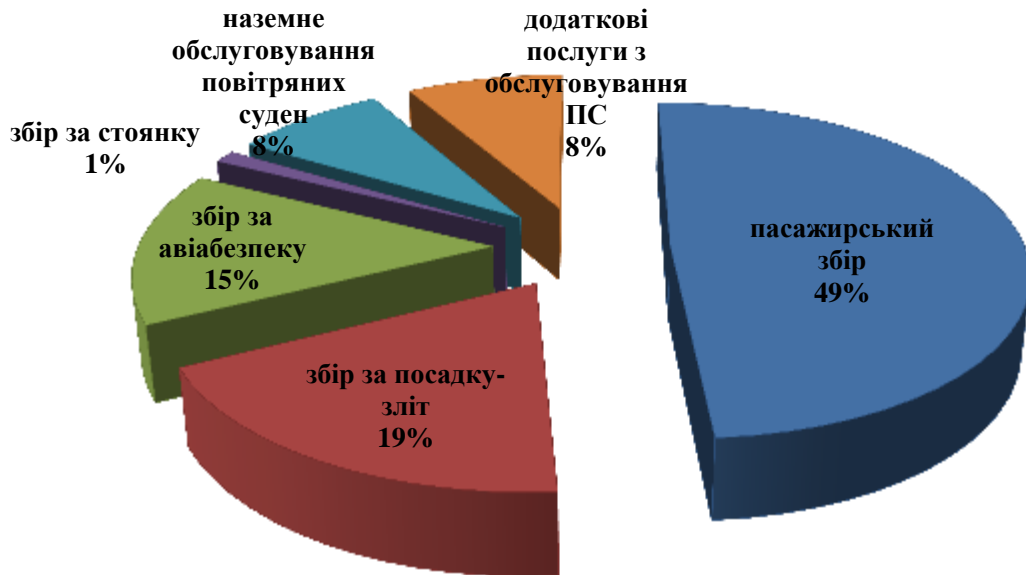


Рисунок 2.1. Структура доходів від послуг авіаційної діяльності на 2016 р.

Таблиця 2.1

Динаміка доходів аеропорту за 2013-2016 рр., тис. рн.

	Пит. вага % 2016 р.	2013 факт	2014 факт	2015 план	2015 очікув.	2016 план	% приросту плану 2016 р. до плану 2015 р.	% приросту плану 2016 р. до очікув. 2015
Чистий дохід	100%	1 384 761	1 577 343	2 297 136	2 482 778	2 734 860	19,1%	10,2%
В т.ч. доходи від послуг авіаційної діяльності	86%	1 098 872	1 267 329	1 937 996	2 106 511	2 346 525	21,1%	11,4%
Доходи від послуг неавіаційної діяльності	14%	285 889	310 014	359 140	376 267	388 335	8,1%	3,2%

Таблиця 2.2

Динаміка кількості рейсів, прибулих та відправлених в/з аеропорту за 2013-2016 рр.

Показники	Пит. вага% 2016 р.	2013 факт	2014 факт	2015 план	2015 очікув.	2016 план	% приросту плану 2016 р. до плану 2015 р.	% приросту плану 2016 р. до очікув. 2015
Обслужено рейсів	100%	80 870	71 977	64 360	68 601	66 924	4,0%	-2,4%
В т.м. міжнародні	89%	70 175	64 128	58 170	61 499	59 752	1,8%	-2,8%
внутрішні	11%	10 695	7 849	5 650	7 102	7 172	26,9%	1,0%

Таблиця 2.3

Динаміка кількості пасажирів, перевезених через аеропорт за 2013-2016 рр., тис. пас.

Показники	Пит. вага% 2016 р.	2013 факт	2014 факт	2015 план	2015 очікув.	2016 план	% приросту плану 2016 р. до плану 2015 р.	% приросту плану 2016 р. до очікув. 2015
Обслужено пасажирів	100%	7 927	6 890	6 544	7 243	7 351	12,3%	1,5%
В т.м. міжнародні перевезення	93%	7 188	6 342	6 100	6 673	6 747	10,6%	1,1%
внутрішні	7%	739	548	444	570	604	36,0%	6,0%

При плануванні доходів на 2017 р. від послуг авіаційної діяльності враховувалися наступні чинники:

- факт об'ємних показників за результатами діяльності 11 місяців 2016 р.;
- припинення виконання рейсів до Російської Федерації як українськими авіакомпаніями, так і російськими, а також припинення виконання польотів рядом авіакомпаній – Air Moldova, AllItalia, Uzbekistan Airways, EstonianAir та Харківські авіалінії.

Враховуючи вищезначені фактори, ДП МА «Бориспіль» на 2017 р. планує обслужити:

- 7 351 тис. пасажирів, що на 12.3% більше плану 2015 р. або на 1,5% більше очікуваних показників за 2016 р.

- 66 924 рейсів, що більше на 4.0% до плану 2016 р., та менше на -2,4% до очікуваних показників за 2016 р.

Враховуючи план обсягів перевезень, аеропорт планує отримати доходів від авіаційної діяльності 2 346,5 млн. грн., що складе приріст + 21,1% відносно планового показнику 2016 р., або збільшення на + 11,4% до очікуваних показників 2016 р.

Збільшення чистого доходу на 2016 р. зумовлено як зростанням виробничих показників, так і ростом курсу долара США.

Загалом чистий дохід від реалізації послуг на 2017 р. запланований на рівні 2 734,9 млн. грн., що більше на 19,1% до планових доходів 2016 р. та більше на 10,2% до очікуваних показників за 2016 р.

Інші операційні доходи зменшено на 62% відносно плану 2016 р.

Зменшення заплановано по статтям:

- операційні курсові різниці – 92,1% (- 70 502 тис. грн.) ;
- відсотки отримані на залишки коштів - 72,1 % (- 36 162 тис. грн.)
- інші – 3 633 тис. грн.

До даної статті віднесено доходи, які отримані підприємством у вигляді відсотків за розміщення коштів на депозитних вкладах з можливістю дострокового зняття та поточних рахунках. Планується витрачання коштів на погашення кредитних зобов'язань та освоєння капітальних інвестицій, як наслідок, падіння доходу від тимчасового зберігання коштів на рахунках. На 2017 рік заплановано дохід від розміщення коштів на рахунках у сумі 13 989 тис. грн.

Інші фінансові доходи зменшено на 94 % відносно планового показника 2016 р.

Дана стаття доходів на 2017 рік складається із суми амортизації премії за облігаціями, які були випущені підприємством у 2012 році у розмірі 1 034 тис. грн.

До складу інших фінансових доходів у 2016 році відносилися доходи від процентів за облігаціями державної позики, якими була оформлена заборгованість по відшкодуванню ПДВ у розмірі 163 тис. грн. (облігації повністю погашені у 2016 році) та суми нарахованих % за векселями у розмірі 11 352 тис. грн. (на 2016 рік відсутня інформація щодо оформлення заборгованості векселями).

Інші доходи зменшено на 38 % порівняно з планом 2016 року.

До даної статті включено визнання доходу від трансферу з бюджету на фінансування капітальних інвестицій пропорційно сумі нарахованої амортизації відповідних об'єктів, а також доходи, пов'язані з операціями зі списання, передачі майна на суму 700 тис. грн.

Зменшення за рахунок доходів від неопераційних курсових різниць.

Прибутковість підприємства вимірюється двома показниками – прибутком і рентабельністю. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів. Тому для аналізу його доповнюють показником рентабельності.

Рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства, котрий у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат (ресурсів). Рентабельність має кілька модифікованих форм залежно від того, які саме прибуток і ресурси (витрати) використовують у розрахунках.

Для оцінки ефективності формування поточних витрат підприємства доцільно використовувати показники власного капіталу, активів за прибутком від звичайної діяльності, активів за чистим прибутком, виробничих засобів, реалізованої продукції за прибутком від реалізації, реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності, реалізованої продукції за чистим прибутком:

1. Показники рентабельності власного капіталу (чистих активів) і статутного капіталу показують загальну ефективність підприємницької діяльності відносно власних вкладень засновників підприємства при його створенні та реінвестуванні прибутку. Вони є універсальною характеристикою привабливості і вигідності інвестування для фактичних та потенційних власників, а також оцінкою вміння господарюючих суб'єктів користуватися ринком фінансових ресурсів

$$PBK = \frac{ЧП(220)(ф.№2)}{BK(380)(ф.№1)}, \quad (1.1)$$

ф.№2 – форма №2 (Звіт про фінансові результати).

2. Рентабельність звичайної діяльності дозволяє вивчити привабливість підприємства за визначеними умовами господарювання відповідно до діючих положень внутрішніх і зовнішніх нормативних документів та з урахуванням всіх видів витрат, які виникають на підприємстві, і які можливо передбачити. В даному випадку показник рентабельності узагальнює і дає якісну оцінку рівня формування прибутку від усіх витрат, які можливо передбачити на підприємстві з розрахунку створеного фінансового результату на 1 грн. звичайних витрат, за участю яких безпосередню здійснюється господарська діяльність.

$$РА(П_від_ЗД) = \frac{П_від_ЗД(190)(ф.№2)}{А(280)(ф.№1)}, \quad (1.2)$$

де П_від_ЗД – прибуток від звичайної діяльності;

А – активи.

3. Рентабельність активів за чистим прибутком показує скільки чистого прибутку припадає на одиницю коштів, інвестованих в активи підприємства, додатній, повинен зростати, залежить від галузі.

$$РА(ЧП) = \frac{ЧП(220)(ф.№2)}{А(280)(ф.№1)}, \quad (1.3)$$

Показник рентабельності активів використовується якщо досліджується ефективність постійних довгострокових вкладень усіх інвесторів для

забезпечення господарської діяльності підприємства. Він характеризує загальну ефективність підприємництва відносно активів, відображених у балансі.

4. Рентабельність виробничих засобів показує скільки чистого прибутку припадає на одиницю вартості виробничих засобів підприємства, додатній, повинен зростати, залежить від галузі.

$$PBZ = \frac{ЧП(220)(ф.№2)}{B3(030 + 100 + 120)(ф.№1)}, \quad (1.4)$$

де ВЗ – виробничі запаси.

5. Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації показує скільки прибутку від реалізації продукції припадає на одиницю чистого доходу від реалізації продукції підприємства, додатній, повинен зростати, залежить від галузі.

$$РРП(П_від_P) = \frac{П_від_P(050 - 070 - 080)(ф.№2)}{B(035)(ф.№2)}, \quad (1.5)$$

де П_від_P – прибуток від реалізації;

В – виручка.

6. Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності показує скільки прибутку від операційної діяльності припадає на одиницю чистого доходу від реалізації продукції підприємства, додатній, повинен зростати, залежить від галузі.

$$РРП(П_від_ОД) = \frac{П_від_ОД(100)(ф.№2)}{B(035)(ф.№2)}, \quad (1.6)$$

де П_від_ОД – прибуток від операційної діяльності.

7. Рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком показує скільки чистого прибутку припадає на одиницю чистого доходу від реалізації продукції підприємства, додатній, повинен зростати, залежить від галузі.

$$РРП(ЧП) = \frac{ЧП(220)(ф.№2)}{B(035)(ф.№2)}, \quad (1.7)$$

Всю сукупність показників рентабельності витрат і доходів можна розглядати як складову системи показників управління підприємством.

Якщо підприємство прагне підвищити рівень прибутковості, йому, звісно, слід або скоротити витрати, або збільшити чистий дохід. Рівень рентабельності підвищується завдяки:

- продажу продукції за вищими цінами;
- продажу більших обсягів прибуткової продукції;
- зменшення собівартості реалізованої продукції, а також рівня адміністративних витрат і витрат на збут;
- оптимізації асортименту реалізованої продукції щодо збільшення питомої ваги більш прибуткових її видів.

З огляду на це, основна мета аналізу показників рентабельності – це оцінка, моделювання і прогнозування оптимального співвідношення між споживчою вартістю (чистим доходом), одержаною від об'єкта витрат, і витратами на її формування.

Щоб визначитися, наскільки ефективна господарська діяльність за показником рівня рентабельності, необхідно знати:

- яке значення мав цей показник у попередні періоди;
- який рівень рентабельності свідчить про відсутність ризику;
- яка рентабельність на підприємствах цього ж або інших секторів економіки і регіонів;
- які фактори вплинули на зміну рентабельності в часі, її рівень в просторі за регіонами та в порівнянні з іншими класифікаційними ознаками підприємств.

Загальний висновок про рівень ефективності роботи підприємства здійснюється на основі отриманого прибутку, величина якого порівнюється зі здійсненими витратами. Співвідношення прибутку з поточними витратами характеризує таке поняття, як рентабельність. Рентабельність – є відносним показником ефективності, що характеризує рівень прибутковості.

Динаміка доходів та витрат зображена в Додатку Б дипломної роботи.

Валовий прибуток планується до збільшення на 293 884 тис. грн. або на 25,8% у порівнянні з планом 2015 р. та становить 1 434 642 тис. грн.

Розмір планового прибутку очікується в розмірі 584 700 тис. грн., що на 250,4% або на 417 830 тис. грн. більше плану 2015 року.

План інвестицій

Загальна сума фінансування капітальних інвестицій на 2016 рік складає 685 203 тис. грн., в т.ч.

- Капітальне будівництво – 259 587 тис. грн.
- Модернізація, реконструкція – 114 309 тис. грн.
- Придбання основних засобів та нематеріальних активів – 311 307 тис. грн.

Заплановано фінансування за рахунок:

- власних коштів підприємства у розмірі 503 203 тис. грн.
- коштів інвестора у розмірі 182 000 тис. грн. згідно ДЕРЖАВНОЇ ЦІЛЬОВОЇ ПРОГРАМИ розвитку аеропортів на період до 2023 року затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 24 лютого 2016р. № 126.

План розподілу чистого прибутку

Плановий залишок нерозподіленого прибутку на 31.12.2015 року складає 369 300 тис. грн.

- до збільшення – 584 700 тис. грн. – плановий розмір чистого прибутку за 2016 рік
- до зменшення – 438 525 тис. грн. – сума нарахованих дивідендів (75% від планового розміру чистого прибутку)
- до зменшення – 33 070 тис. грн. – витрати на персонал за рахунок фонду матеріального заохочення
- до зменшення – 2 000 тис. грн. – створення резерву на коригування доходів/витрат минулих років.

Плановий залишок нерозподіленого прибутку на 31.12.2016 року складає 480 405 тис. грн.

2.3. Вплив інновацій на розвиток діяльності підприємства та фінансові показники ДП МА «Бориспіль»

У сучасних умовах господарювання інноваційна діяльність виступає потужним каталізатором розвитку економіки, надійною гарантією високоефективного бізнесу. Однією з основних умов успіху фірми в конкурентній боротьбі є її здатність до постійних інновацій, тобто вміння розробляти та впроваджувати на ринок нові товари. Стрімкий розвиток інноваційної сфери України та очевидні переваги застосування новітніх досягнень науки в повсякденній діяльності вітчизняних підприємств спонукають сучасних підприємців постійно шукати шляхи активізації інноваційної діяльності.

Важливість дослідження інноваційної діяльності з метою її ефективної організації на сучасних підприємствах підкреслюється більшістю вчених-економістів, серед яких: І.М. Бойчик, С.Д. Ільєнкова, Л.М. Гохберг, Й.М. Петрович, П.С. Харів, М.С. Ковалевський, Н.М. Яркіна.

Під інноваціями розуміють прибуткове використання нововведень у вигляді нових технологій, видів продукції й послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного, адміністративного або іншого характеру.

У сучасній економіці роль інновацій значно зросла. Це зумовлено тим, що в ринковій економіці інновації являють собою зброю конкуренції, оскільки інновація спрямована на зниження собівартості й цін, зростання прибутку, створення нових потреб, збільшення обсягів залучених коштів, підвищення іміджу (рейтингу) виробника нових продуктів, відкриття й захоплення нових ринків, у тому числі зовнішніх. Термін "інновація" став активно використовуватися в перехідній економіці як самостійно, так і для позначення ряду родинних понять: "інноваційна діяльність", "інноваційний процес", "інноваційне рішення" і т. п.

Під інноваціями в широкому змісті розуміється прибуткове використання нововведень у вигляді нових технологій, видів продукції і послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного, адміністративного або іншого характеру. Період часу від зародження ідеї, створення і поширення нововведення і до його використання прийнято називати життєвим циклом інновації. З урахуванням послідовності проведення робіт життєвий цикл іновації розглядається як інноваційний процес.

У світовій економічній літературі "інновація" інтерпретується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, що втілюється в нових продуктах і технологіях. Проблематика нововведень у нашій країні протягом багатьох років розроблялася в рамках економічних досліджень НТП.

Відповідно до міжнародних стандартів інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у виді нового або удосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового чи удосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг. Інновація може бути розглянута як у динамічному, так і в статистичному аспекті. У останньому випадку іновація рекомендується як кінцевий результат науково-виробничого циклу (НПЦ). [69]

Терміни "інновація" і "інноваційний процес" близькі, але не однозначні. Інноваційний процес пов'язаний із створенням, освоєнням і поширенням інновацій. Творці іновації (новатори) керуються такими критеріями, як життєвий цикл виробу й економічної ефективності. Їхня стратегія спрямована на те, щоб перевершити конкурентів, створивши нововведення, що буде визнано унікальним у певній області. Науково-технічні розробки і нововведення виступають як проміжний результат науково-виробничого циклу і в міру практичного застосування перетворюються в науково-технічні інновації – кінцевий результат. Науково-технічні розробки і

винаходи є додатком нового знання з метою його практичного застосування, а науково-технічні інновації (НТІ) – це матеріалізація нових ідей і знань, відкриттів, винаходів і науково-технічних розробок у процесі виробництва з метою їхньої комерційної реалізації для задоволення визначених запитів споживачів. Неодмінними властивостями інновації є науково-технічна новизна і виробнича придатність.

Отже, науково-технічні інновації повинні:

- Мати новизну;
- Задовольняти ринковий попит;
- Приносити прибуток виробнику.

Поширення нововведень, як і їхнє створення, є складовою частиною інноваційного процесу.

У повсякденній практиці, як правило, ототожнюють поняття нововведення, новація, нововведення, інновація, що цілком з'ясовно. Нововведенням може бути новий порядок, новий метод, винахід. Нововведення означає, що нововведення використовується. З моменту прийняття до поширення нововведення одержує нова якість і стає інновацією. Будь-які винаходи, нові явища, види послуг або методи тільки тоді одержують суспільне визнання, коли будуть прийняті до поширення (комерціалізації), і вже в новій якості вони виступають як нововведення (інновації).

Сучасні компанії сприймають інновації як засіб збільшення прибутку і завоювання більш широкого сегмента ринку. Уряду вважають їх панацеєю з точки зору прискорення економічного зростання за допомогою підвищення конкурентоспроможності у світі. Інновації створюють вартість і матеріальні багатства, спираючись на якусь форму змін (у будь-якій області – технології, матеріалів, цін, послуг, демографії або навіть геополітики), формуючи новий попит або вдаючись до нових способів заміщення основного капіталу та використання "зрілих ринків". Інновації сприяють переміщенню ресурсів у сферу більш високої продуктивності та прибутку.

Виробничі організації, у свою чергу, також прийшли до розуміння необхідності здійснення інноваційної діяльності. Впровадження інновацій все більше розглядається ними як єдиний спосіб підвищення конкурентоспроможності вироблених товарів, підтримки високих темпів розвитку і рівня прибутковості. Тому підприємства, долаючи економічні труднощі, почали самотужки вести розробки в галузі продуктових і технологічних інновацій.

Саме інновації пояснюють причину, за якою рівень віддачі від інвестицій у США, країнах Західної Європи і Японії був значно вище в другій, а не першій половині ХХ ст. Тенденція до зростання прибутку тісно пов'язана з розвитком інтелектуальноемких виробництв, в яких важливі ресурси людського капіталу, навички, дорогі інформаційні секрети і ноу-хау.

Неодмінними властивостями інновації є науково-технічна новизна й виробнича придатність.

Отже, науково-технічні інновації повинні:

- мати новизну;
- задовольняти ринковий попит;
- приносити прибуток виробнику [1, с. 12].

Інновація – це реалізований на ринку результат, отриманий від вкладення капіталу в новий продукт або операцію (технологію, процес). При реалізації інновації, запропонованої до продажу, відбувається обмін "гроші - інновація". Кошти, отримані підприємцем (продуцентом, інвестором-продавцем) у результаті такого обміну, по-перше, покривають витрати на створення й продаж інновацій; по-друге, приносять прибуток від реалізації інновацій; по-третє, виступають стимулом до створення нових інновацій; по-четверте, є джерелом фінансування нового інноваційного процесу.

Виходячи із цього, можна сказати, що інновація виконує такі три функції:

- відтворювальну;
- інвестиційну;
- стимулювальну.

Відтворювальна функція означає, що інновація являє собою важливе джерело фінансування розширеного відтворення.

Грошовий виторг, отриманий від продажу інновації на ринку, створює підприємницький прибуток, що виступає джерелом фінансових ресурсів і одночасно мірою ефективності інноваційного процесу.

Підприємницький прибуток може спрямовуватися на розширення обсягів виробничо-торговельної, інвестиційної, інноваційної й фінансової діяльності.

Таким чином, одержання прибутку від інновації й використання її як джерела фінансових ресурсів становить зміст відтворювальної функції інновації.

Прибуток, отриманий за рахунок реалізації інновації, може використовуватися по-різному, у тому числі і як капітал. Капітал являє собою гроші, призначені для отримання прибутку. Цей капітал може спрямовуватися на фінансування як усіх інвестицій, так і конкретно нових видів інновацій. Таким чином, використання прибутку від інновації для інвестування регулює інвестиційна функція інновації.

Одержання підприємцем прибутку за рахунок реалізації інновації прямо відповідає цільовій функції будь-якого комерційного господарюючого суб'єкта. Цей збіг слугує стимулом для підприємця до нових інновацій; спонукає його постійно вивчати попит, удосконалювати організацію маркетингової діяльності, застосовувати більш сучасні прийоми управління фінансами (реінжиніринг, бренд-стратегія, бенч-маркінг тощо). Все перелічене вище становить зміст стимулювальної функції інновації.

Маркетингова діяльність ДП МА «Бориспіль» орієнтована на розширення географії маршрутів та створення зручних стиковок для трансферних пасажирів. Для реалізації даних завдань аеропортом проводяться заходи щодо залучення нових перевізників до виконання нових рейсів, розвитку співпраці з базовими перевізниками щодо розширення їх мережі маршрутів та збільшення інтенсивності польотів.

Для проведення ефективного діалогу з перевізниками ДП МА «Бориспіль» реалізує ряд маркетингових заходів, метою яких є забезпечення конкурентоздатності послуг, становлення та розвиток аеропорту як міжнародного хабу, збільшення долі ринку авіаперевезень серед аеропортів Східної та Центральної Європи.

Маркетингові заходи підприємства базуються на трьох основних елементах: активна взаємодія з існуючими та потенційними клієнтами, активне просування аеропорту на ринку шляхом забезпечення впізнаваності бренду та лояльності споживачів та проведення маркетингових досліджень, моніторингу тенденцій галузі. Реалізація зазначених заходів включає в себе:

- участь у значущих галузевих заходах, в тому числі, форумах з розвитку мережі авіаційних маршрутів, з метою ознайомлення учасників ринку з новинами та досягненнями аеропорту, новими послугами, підтримки постійного контакту з потенційними авіакомпаніями;
- підтримка та закріплення лояльності споживачів шляхом проведення PR акцій, спеціальних заходів;
- розробка програм заохочення для авіакомпаній при виконанні нових рейсів;
- збір та аналіз авіаційної маркетингової статистики, її ефективне використання при розробці та проведенні подальших маркетингових заходів.

Усі маркетингові заходи, що розробляються та впроваджуються аеропортом, базуються на маркетингових дослідженнях, які проводяться на регулярній основі. Такі маркетингові дослідження розробляються з метою аналізу мережі маршрутів, можливостей аеропорту як хабу, виявленні та аналізі можливостей відкриття нових маршрутів.

Комплекс факторів соціально-економічного характеру визначає потенційний обсяг прямих перевезень, що генеруються в безпосередній зоні покриття. Додатково приймається до уваги потенціал трансферних перевезень, що залежить від привабливості, яку представляє трансферний хаб (наявність

інфраструктури, гнучка система мотивації, тощо), географічного положення, розвитку міжнародної мережі. Генерація трансферних потоків авіапасажирів передбачає подолання значної конкуренції з боку аеропортів Східної Європи (WAW, PRG, BUD) та аеропортів Московської Системи Аеропортів (DME, SVO, VKO).

Для підтримання рівня конкурентоспроможності та заохочення авіакомпаній до співпраці аеропорт «Бориспіль»:

- впроваджує спеціальні мотиваційні програми, які здатні зацікавити перевізників до відкриття нових рейсів та збільшення трансферного пасажиропотоку. Такі програми включають схеми застосування знижувальних коефіцієнтів та спеціальних цін до тарифів на послуги аеропорту, в тому числі, аеропортових зборів;
- приймає участь у форумах з розвитку мережі авіаційних маршрутів. В рамках зазначених форумів проводяться зустрічі та обговорюються плани щодо розвитку існуючої мережі маршрутів, потенціал нових напрямків, можливість співпраці;
- планує та організовує спільні з авіакомпаніями PR акції, приймає участь в різноманітних рейтингах, готує інформацію щодо досягнень аеропорту з метою підтримки позитивного іміджу підприємства та лояльності споживачів.

Можливість позиціонувати аеропорт як ідеальний пункт призначення для авіакомпанії за допомогою професійних маркетологів є успішним засобом для залучення нових авіакомпаній, відкриття нових рейсів або для збільшення існуючої частотності.

Інноваційна діяльність підприємства – це такий вид діяльності, який сприяє перетворенню досягнень науково-технічного прогресу на реальні і нові технології, товари, послуги, методи організації та управління виробничими процесами підприємств [2, с. 28].

Інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок з метою

розширення й оновлення номенклатури та покращення якості продукції, яка виготовляється, удосконалення технологій їх виготовлення з наступним упровадженням й ефективною реалізацією на внутрішньому та зовнішньому ринках. Інноваційна діяльність, пов'язана з інвестиціями в інновації, називається інноваційно-інвестиційною діяльністю [4, с. 79].

Дослідивши генезис інноваційної діяльності, пропонуємо розглядати інноваційну діяльність як процес, спрямований на розробку інновацій, реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок у новий або вдосконалений продукт, реалізований на ринку, або в новий або вдосконалений технологічний процес, використовуваний у практичній діяльності.

У результаті інноваційної діяльності народжуються нові ідеї, нові або вдосконалені продукти, нові або вдосконалені технологічні процеси, з'являються нові форми організації та управління різними сферами економіки і її структур.

Необхідність постійної інноваційної діяльності зумовлена скороченням життєвого циклу товарів і послуг, яке відбувається в результаті посилення конкуренції, підвищення швидкості звикання споживачів до нових товарів, удосконалення систем масової комунікації, стрімкого розвитку науки та зміни технологій.

Різновидами основних видів інноваційної діяльності можуть бути:

- підготовка та організація виробництва, у тому числі придбання виробничого обладнання й інструменту, зміни в них, а також у процедурах, методах і стандартах виробництва та контролю за якістю, необхідних для здійснення нового технологічного процесу;
- передвиробничі розробки, які охоплюють модифікацію продукту й виробничого процесу, перепідготовку персоналу з метою використання нових технологій та обладнання;
- маркетинг нових продуктів, що передбачає види діяльності, пов'язані з постачанням нової продукції на ринок, що включає попереднє дослідження ринку, адаптацію продукту до різних ринків, проведення рекламної кампанії;

- придбання нематеріальної технології зі сторони у формі патентів, ліцензій, ноу-хау, торговельних марок, конструкцій, моделей і послуг технічного зберігання;
- придбання матеріальної технології, машин та обладнання;
- виробниче проектування, що включає підготовку планів і креслень з метою визначення виробничих процедур, технічних специфікацій. [3, с. 107]

Характеристика окремих видів і груп нововведень:

- 1) технічні – виявляються у формі нових продуктів (виробів), технологій їх виготовлення, засобів виробництва (машин, устаткування, енергії, конструкційних матеріалів);
- 2) організаційні – охоплюють нові методи і форми організації всіх видів діяльності підприємства та інших ланок суспільного виробництва (організаційні структури управління сферами науки і виробництва, форми організації різних типів виробництва та колективної праці тощо);
- 3) економічні – методи господарського управління наукою і виробництвом з реалізацією функцій прогнозування та планування, фінансування, ціноутворення, мотивації і оплати праці, оцінки результатів діяльності;
- 4) соціальні – різні форми активізації людського чинника (професійна підготовка і підвищення кваліфікації персоналу; поліпшення умов праці; створення комфортних умов життя);
- 5) юридичні – нові та змінені закони, різні нормативно-правові документи, що визначають і регулюють усі види діяльності підприємств;
- 6) локальні – внутрішньовиробничі чи внутрішньо регіональні новини, які зумовлюють переважно еволюційні перетворення у сфері діяльності і тому не справляють особливо помітного впливу на ефективність функціонування та розвитку підприємств;
- 7) глобальні – великомасштабні (загальнодержавні, міжнародні) новини, що є у більшості своїй революційними, та які здатні кардинально підвищувати організаційно-технічний рівень виробництва [2].

Технічні новини зумовлюють передовсім відповідні організаційні нововведення, а останні потребують, як правило, певних змін в економічному механізмі діяльності підприємства.

Усі локальні й глобальні нововведення можуть забезпечувати максимально можливий прогресивний вплив на виробництво, якщо вони використовуються підприємствами постійно чи комплексно. Найбільший вплив на результативність господарювання справляють технічні й організаційні нововведення.

Класифікація інновацій означає розподіл інновацій на конкретні групи за певними ознаками для досягнення поставленої мети. Необхідність класифікації, тобто розподілу всієї сукупності нововведень за тими або іншими ознаками на відповідні групи, пояснюється тим, що вибір об'єкта інновації є дуже важливою процедурою, оскільки вона визначає всю наступну інноваційну діяльність, результатом якої стануть підвищення ефективності виробництва, розширення номенклатури наукоємної продукції й зростання її обсягів. На сьогодні не існує однієї загальної класифікації інновацій. Це пов'язано, перш за все, з тим, що автори розробляють класифікації інновацій на основі різних класифікаційних ознак. Найбільш поширеними є класифікація інновацій, запропонована П.М. Завліним та А.В. Васильєвим (табл. 2.4), а також класифікація А.І. Пригожина (табл. 2.5.) [59].

Таблиця 2.4

Класифікація інновацій з Завліним П.М. та Васильєвим А.В.

Класифікаційна ознака	Класифікаційні групи інновацій
Сфера застосування	Управлінські, організаційні, соціальні, промислові та ін.
Етапи НТП, результатом яких стала інновація	Наукові, технологічні, виробничі, конструкторські, інформаційні
Міра інтенсивності	«Бум», рівномірна, слабка, масова
Темпи здійснення інновацій	Швидкі, уповільнені, згасаючі, наростаючі, рівномірні, стрибкоподібні

Продовження Таблиці 2.4

Масштаби інновацій	Трансконтинентальні, транснаціональні, регіональні, великі, середні, дрібні
Результативність	Висока, низька, середня
Ефективність інновацій	Економічна, соціальна, екологічна, інтегральна

Таблиця 2.5

Класифікація інновацій за Пригожним А.І.

Класифікаційна ознака	Вид інновації
За поширеністю	Одиничні й дифузійні
За місцем у виробничому циклі	Сировинні,забезпечувальні, продуктові
За наступністю	Замінні, скасовувальні, поворотні, відкриваючі, ретровведення
За охопленням очікуваної частки ринку	Локальні, системні, стратегічні
За інноваційним потенціалом і рівнем новизни	Радикальні, комбінаторні, вдосконалювальні

Звісно, жодна із цих класифікацій не є вичерпною, але при цьому слід зазначити, що різні види інновацій тісно взаємопов'язані між собою. Пропоную розширити існуючі класифікації такими ознаками (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Класифікаційна ознака інновацій [24]

Класифікаційна ознака	Вид інновації
Причина виникнення	Реактивні, стратегічні
Характер потреб, що що задовольняються	Орієнтація на існуючі потреби, на формування нових потреб
Рівень новизни	Світової новизни, галузевої новизни, нові для фірми, оновлені товари і послуги, товари й послуги зі змінним позиціонуванням, зі скороченими витратами
Місце у виробничому	Інновацій на вході виробничого процесу, інновацій на виході

Продовження Таблиці 2.6

процесі підприємства	виробничої діяльності підприємства, інновації системної структури підприємства
Джерело планування	Централізовані, локальні, спонтанні
Строки управління	20 і більше років, 10-15 років, 5-10 років, до 5 років
Рівень використання наукових знань	Засновані на: фундаментальних наукових знаннях, комбінації різних типів знань, використанні одного продукту в різних галузях, уже відомі технології

Наприклад, до орієнтації на існуючі потреби, можна віднести нову паркову в Міжнародному аеропорту «Бориспіль», яка задовольнить потреби пасажирів, матиме великий попит, що піде на збільшення прибутковості підприємства. Нова автомобільна парковка територіально розміщена з лівого боку від нового терміналу «D» і має позначення «D1». Головною її відмінністю є те, що перші двадцять хвилин перебування автомобіля на стоянці не оплачуються. Даний факт порадує багатьох автомобілістів, які заїжджають в аеропорт «Бориспіль» зовсім не на довго. Але потрібно ретельно стежити за часом. Адже наступні двадцять хвилин вже обійдуться в п'ятдесят гривень, що значно дорожче від інших парковок, розташованих на території аеропорту «Бориспіль». Нова автомобільна парковка пропонує на своїй території сорок шість паркомісць з яких шість призначені для водіїв з обмеженими фізичними можливостями. Варто відзначити, що ці 6 місць не оплачуються навіть якщо безкоштовний ліміт в 20 хвилин перевищено.

Тобто, паркомісця, які призначені для водіїв з обмеженими фізичними можливостями, повністю безкоштовні. Крім того, нова парковка може похвалитися і наявністю безкоштовного Wi-Fi. Керівництво аеропорту «Бориспіль» впевнено, що поява ще одного місця для паркування авто, дозволить істотно поліпшити ситуацію з під'їжджають до терміналу «D» автомобілями, які привозять або відвозять пасажирів.

Для зручності автомобілістів на новій парковці передбачили наявність паркомату, в якому можна провести розрахунок за стоянку за допомогою

банківської картки міжнародної платіжної системи MasterCard, який відноситься до технологічної групи інновацій. Варто зазначити, що при розрахунку карткою, ніяка додаткова комісія з платника не знімається. Система працює наступним чином. При в'їзді на автомобільну стоянку головного аеропорту країни «Бориспіль», водій в паркоматі отримує спеціальну магнітну картку, на якій фіксується час її видачі. При виїзді, автолюбитель прикладає магнітну карту до паркоматів і той зчитує інформацію про час, коли була видана карта. Якщо водій перебував на парковці не довше ніж двадцять хвилин, то оплачувати нічого не потрібно. Якщо ж більше, то в паркоматі можна розрахуватися банківською карткою через спеціально передбачений зчитувач банківських карт. При чому зовсім не важливо, картка з магнітною стрічкою або чіпом. Після того, як водій розрахувався за стоянку, у нього є десять хвилин, щоб виїхати з парковки. Відзначимо, що дана послуга безготівкового платежу, стала можливою завдяки домовленості між «ПриватБанком» і керівництвом аеропорту «Бориспіль».

Взагалі, майбутній глава «Борисполя» рясніє ідеями. Це і Wi-Fi в терміналах, відеоспостереження, управління чергами, автоматична реєстрація, інтелектуальна система управління і т.д. Також Павло Рябікін планує впровадити нову систему моніторингу пасажиропотоку, яка дозволить оцінити не тільки кількість пасажирів, а й якість їх обслуговування.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2

Отже, можна сказати наступне, сама по собі гнучкість не утворить стратегічної позиції, але інвестиції в розвиток функціональних і виробничих можливостей дозволяють гнучко реалізувати стратегію в нашому мінливому світі. Ці інвестиції визначають здатність компанії підтримувати свою конкурентну перевагу. Гнучкість і відкритість до майбутніх шляхів розвитку створюються стратегічними інвестиціями, що дозволяють досягати результатів, обумовлених стратегічними цілями компанії. Стратегія повинна розвивати ті з

них, що забезпечують створення цінностей для своїх споживачів. А вони, у свою чергу, також піддані змінам.

Аеропорт надає послуги авіаційного та неавіаційного характеру. Основними є авіаційні послуги, а саме: обслуговування пасажирів, обробка багажу, пошти, вантажів; наземне обслуговування повітряних суден. Неавіаційна діяльність: оренда; комунальні послуги; послуги готелю; телекомунікаційні послуги;

Перспективність подальшого розвитку аеропорту передбачає зріст транзитних напрямків перевезень, забезпечення європейського рівня обслуговування, впровадження нових видів послуг неавіаційної діяльності.

Отримання доходів створює основу для самофінансування підприємства за умови, що їх розмір достатній для покриття витрат підприємства з реалізації товарів та інших видів діяльності, виконання зобов'язань перед бюджетом на утворення чистого прибутку.

Розмір отриманих доходів визначає економічну стратегію підприємства з питань управління матеріальними ресурсами та витратами, персоналом підприємства і оплатою його праці. Податковою, інвестиційною, дивідендною політикою підприємства.

Водночас можливості підприємства щодо успішного продажу і своєї продукції (товарів, послуг) і отримання доходів залежать від ефективності організації торговельно-технологічних процесів, ступеня використання наявного ресурсного потенціалу, раціональності здійснених витрат тощо.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДП МА «БОРИСПІЛЬ»

3.1. Резерви зростання прибутку та їх оцінка.

У даний час в умовах галузевої та світової економічної кризи, зниження попиту на авіап перевезення, аеропорти змушені функціонувати в режимі максимального зниження витрат, вибудовувати свої стратегії з урахуванням націленості на збереження і зміцнення лояльності пасажирів. Загальна ситуація на авіаринку ускладнюється стрибками цін на нафту.

Можливість поділу витрат за рахунок маркетингу та збільшення доходів шляхом перевезення більшої кількості пасажирів роблять альянси найбільш привабливою моделлю функціонування.

Дохід підприємства становить грошовий виторг від реалізації продукту (виконання робіт чи послуг), інших матеріальних цінностей і майна підприємства (включаючи основні фонди) тощо, зменшений на суму постійних витрат підприємства. Якщо від валового доходу підприємства відняти ще й змінні витрати, то одержують суму чистого доходу підприємства. Чистий дохід підприємства – це його прибуток. Резерви зростання валового доходу підприємства зображені в Додатку В.

Стратегія збільшення доходу підприємства – це систематичний план його оптимального використання в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що охоплює формування місії, довготермінових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найефективнішого використання стратегічних ресурсів, переваг і можливостей задля майбутньої прибутковості.

Таким чином, використання ефективної стратегії збільшення доходів є важливим чинником розвитку підприємства. Основними резервами зростання доходів є: зниження ціни закупівлі товарів; підвищення ціни реалізації товарів; зростання обсягів реалізації товарів.

У сучасних умовах значним резервом підприємства є розвиток інших видів його діяльності (посередницької, кредитної, інвестиційної тощо), які забезпечують отримання позареалізаційних доходів від їх здійснення [6].

Основні резерви отримання доходів від позареалізаційних операцій:

- проведення експертизи проектів і вибір для пайової участі в діяльності підприємств галузей і сфер економіки;
- вкладання вільних фінансових ресурсів у ризикові підприємства, дослідження, пов'язані з розробленням якісно нових видів продукції;
- цілеспрямований вибір цінних паперів, які купує підприємство, оцінка рейтингу їх емітенту та інвестиційної привабливості здійснюваних фінансових інвестицій, формування портфеля цінних паперів, який забезпечує максимізацію отриманого прибутку за мінімального рівня ризику.

Функціонування підприємства супроводжується безперервним кругообігом коштів, який здійснюється у формах витрат ресурсів і одержання доходів, їх розподілу і використання. Тому, запровадження ефективної стратегії збільшення доходів дасть змогу оптимально використовувати їх з метою розвитку підприємства.

Підвищення прибутку може відбутися також за рахунок підвищення продуктивності праці. Із ростом продуктивності праці знижуються витрати праці в розрахунку на одиницю продукції, а отже, зменшується і питома вага заробітної плати в структурі собівартості. Для цього підприємство повинне активно використовувати різноманітні мотиваційні засоби: перевести якомога більше працівників на відрядну форму оплати праці, працівникам погодинної форми у більшому розмірі оплачувати роботу в понад урочний час, забезпечувати доставку працівників на роботу, з роботи за узгодженими маршрутами, надавати матеріальну допомогу працівникам з нагоди ювілейних та інших визначних дат. Враховуючи специфіку роботи слід також проводити профілактичне оздоровлення та медичне обстеження працівників за рахунок підприємства, організувати санаторно-курортне лікування для працюючих та інвалідів праці [4, с. 126].

Основна мета полягає в розробці організаційно-методичного забезпечення соціально-економічних показників системи підготовки повітряних суден до рейсу і у виробленні рекомендацій для побудови економічної і стабільної системи.

Для досягнення сформульованої мети необхідно вирішити такі завдання:

- 1) вибрати і обґрунтувати соціально-економічні критерії якості системи підготовки повітряних суден до рейсу;
- 2) розробити модель стійкості виробництва;
- 3) розробити модель економічності управління;
- 4) розробити методику оптимізації (за критерієм стійкості виробництва) розподілу фахівців системи підготовки повітряних суден до рейсу за її виробничими рівнями;
- 5) розробити методику визначення ступеня централізації усунення затримок вильотів, оптимального за критерієм економічності системи підготовки повітряних суден до рейсу.

Перехід аеропорту до ринкової концепції управління спричинив необхідність корінної зміни або вдосконалення організаційних структур управління діяльністю компанії. Необхідне створення гнучких організаційних структур, що легко пристосовуються до специфіки стратегічних програм і здатні вдосконалюватися. Конкурентною перевагою українського авіатранспорту є наявність виробництва в країні літаків, що не поступаються закордонним моделям. Доцільним шляхом оновлення парку літаків є лізингова схема оренди.

Основним джерелом доходів для українських аеропортів є різні види зборів. Розширення діяльності іноземних перевізників суттєво збільшить доходи аеропортів. Зокрема, збільшаться прибутки за рахунок зборів за зліт/посадку. Розмір цього виду зборів залежить від маси ПС. Обслуговування авіапарків міжнародних перевізників набагато вигідніше, адже вони здебільшого складаються із літаків фірм Boeing та Airbus.

Важливим є також розвиток неавіаційних видів діяльності аеропортів. Адже провідні аеропорти світу отримують від послуг, що надаються на території аеропорту, до 80% прибутків, у той час, коли частка цих прибутків для українських аеропортів становить лише 20%.

Близько 50-70% прибутків аеропорту надходить від зборів із користувачів авіакомпаній, у той час, коли 30-50% надходить від комерційної діяльності аеропорту. Раціональний, добре запроектований аеропорт може зберегти авіакомпаніям значні кошти. Тому скорочення капітальних витрат слід виконувати дуже ретельно. Ціллю має бути скорочення суми аеропортових зборів з користувачів та експлуатаційних витрат авіакомпаній.

Спільна робота керівництва аеропорту та авіакомпаній на початковій стадії проектування необхідна для розробки успішної програми розвитку. Оцінки проектів аеропортів, зроблені на ранніх стадіях, сприяють зменшенню кількості змін у кінцевій програмі і тим самим зводять до мінімуму постійно зростаючу вартість проектування. Такий підхід також сприяє виконанню робіт у запланований термін.

Для керівництва аеропортів фінансування удосконалення терміналів в більшості випадків не таке складне, як точне передбачення обсягів зростання перевезень для планування та будівництво необхідних термінальних просторів, які матимуть відношення до інфраструктури. Для успішної роботи аеропорту необхідно утримувати баланс між передбачуваним зростанням обсягів перевезень та основними факторами, такими як пропускна спроможність злітно-посадкової смуги, існуючої корисної площі та фінансовими ресурсами, і вже виходячи з цього створювати генеральний план.

3.2. Стратегічна мета підвищення прибутку та забезпечення досягнення її ефективності.

За результатами аналізу ринку та поточного стану діяльності підприємства визначено стратегічні цілі та заходи з їх реалізації (Додаток Г).

Пропоную розглянути п'ять основних цілей підвищення прибутку підприємства та його розвитку.

1. Міжнародний аеропорт "Бориспіль" – хабовий аеропорт.

Міжнародний аеропорт "Бориспіль" планують зробити хабом (вузловим аеропортом), який використовується авіакомпаніями як пункт пересадки пасажирів з високим відсотком стикувальних рейсів – це є головною стратегією аеропорту.

Хаб авіакомпанії (англ. Airline hub) - це аеропорт, який використовується авіакомпанією або альянсом авіакомпаній як пункт пересадки пасажирів. Хаб є елементом так званої зіркоподібною (віялової) мережі маршрутів, в якій пасажирі, подорожуючи між аеропортами, не пов'язаними прямими авіарейсами, можуть досягти пункту призначення, зробивши пересадку з одного рейсу на інший. Часто хаб авіакомпанії розташовується в її базовому аеропорті, або в аеропорту того ж міста, що і головний офіс.

Авіакомпанії можуть використовувати як один, так і кілька хабів. Хаби використовуються і в пасажирських, і в вантажних перевезеннях.

Основними (сильними) конкурентами для ДП МА «Бориспіль» являються:

- Аеропорти Східної Європи: Варшава, Прага, Будапешт (WAW, PRG, BUD).
- Московська Система Аеропортів (DME, SVO, VKO).

Усі вищезгадані аеропорти мають більш високий обсяг перевезень і сильніші базові мережеві авіакомпанії (крім аеропорту Будапешт) в порівнянні з ДП МА «Бориспіль».

Аеропорти московської системи аеропортів, хоча і мають більш високі показники в сфері пасажирських перевезень і більш широку маршрутну мережу, але функція трансферу пасажирів «міжнародний – внутрішній» працює лише частково.

Помірний рівень конкуренції ідентифікується з боку європейських аеропортів (FRA, MUC, IST, VIE). Ці європейські аеропорти є базою для Star Alliance (лідер - авіакомпанія «Lufthansa»).

Більшість зазначених хабів отримали розвиток завдяки трансферним потокам, що генеруються базовими авіакомпаніями, наприклад: Франкфурт і Мюнхен - авіакомпанією «Lufthansa», Стамбул – «Turkish Airlines», Варшава – «LOT», Шереметьєво - «Аерофлот Російські Авіалінії» і т.і.

Підходи, що застосовуються до зборів за обслуговування трансферних пасажирів, відрізняються від аеропорту до аеропорту. В будь-якому випадку, метою є стимулювання та підтримка даного сегменту перевезень, що генерує додаткові доходи від неавіаційної діяльності, при практичній відсутності додаткових витрат.

Найбільш поширеними є :

- встановлення зборів, нижчих за збори, що застосовуються для пасажирів point-to point;
- відсутність зборів взагалі;
- доплата перевізникам за трансферних пасажирів.

У 2014 в ДП МА «Бориспіль» було 14% транзитних пасажирів, в 2015-му - 21%, а за підсумками 2016 року - вже 32%. Тобто аеропорт виходить на показник європейських хабів з їх 35%. Але планується дотягнути рівня Стамбула (45% транзитних пасажирів).

Таким чином, для успішної конкуренції з хабовими аеропортами «Бориспіль» має забезпечити необхідну трансферну інфраструктуру та поглиблювати співпрацю з базовими перевізниками щодо розвитку маршрутів та трансферних потоків.

2. Реконструкція перону для повітряних суден термінального комплексу «D».

Техніко-економічна доцільність

З метою реалізації хабової концепції розвитку аеропорту, у 2015 році всі регулярні міжнародні та внутрішні рейси переведено на обслуговування в термінал D.

В зв'язку формування виражених піків авіаційних перевезень протягом доби через термінал D виникає перспективна потреба облаштування нових місць стоянок повітряних суден перону D, тобто – розширення існуючих твердих покриттів перону.

З цією метою ДП МА «Бориспіль» розпочав роботи з проектування об'єкту «Реконструкція перону для повітряних суден термінального комплексу «D» ДП МА «Бориспіль» (інв.47729).

На основі розроблених проектних пропозицій визначена можливість розміщення об'єкту «Реконструкція перону для повітряних суден термінального комплексу «D» ДП МА «Бориспіль» (інв.47729) в межах льотної зони № 1 аеродрому «Бориспіль».

Місця стоянок повітряних суден, які будуть проектуватися, мають бути розраховані на проведення наземного та технічного обслуговування повітряних суден, заправки повітряних суден паливом, посадки та висадки пасажирів, завантаження та розвантаження багажу, пошти та вантажу, а також для тимчасового відстою транзитних повітряних суден.

При проектуванні реконструкції існуючого перону D буде передбачена можливість його розширення для задоволення перспективних потреб. Щоб уникнути обмежень в плані нарощування потенційних можливостей перону, об'єкт буде запроектовано за модульним принципом для того, щоб наступні етапи стали невід'ємним доповненням існуючого перону з мінімальними перервами в поточній діяльності.

Також при проектуванні буде передбачено можливість використання земельної ділянки, яка запланована для будівництва розширення перону D, як

перону пасажирського терміналу з подальшою перспективою розширення терміналу D.

Під час проектування має бути забезпечено гнучкість перонної системи та при цьому необхідно передбачити можливість розширення перону у майбутньому та інтеграція його у загальну систему перонів та руліжних доріжок аеропорту.

Нова ділянка перону повинна бути обладнана системою централізованої заправки повітряних суден паливом та відповідною дренажною системою. Під час проектування буде визначено питання із лініями централізованої подачі авіаційного палива. Створення централізованих систем постачання для повітряних суден необхідне для значного скорочення часу процесу заправки повітряних суден паливом.

Згідно з проектними рішеннями буде розроблено систему відведення поверхневих вод від ділянки перону що розширюється.

З метою підвищення ефективності використання перону у зимовий період буде передбачено площадку для протикригової обробки повітряних суден безпосередньо перед виходом на руліжну доріжку з перону із необхідною системою утилізації протикригової рідини та талої води.

Крім того, перон буде забезпечено системою відеоспостереження.

Орієнтовні Техніко-економічні показники визначені в Таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Техніко-економічні показники

№ п/п	Показники	Одиниці виміру	Величини в одиницях виміру
1	Площа забудови	га	11,75
2	Кількість місць стоянок для ПС	одиниць	14
	в тому числі:		
	повітряні судна класу С	одиниць	11

Продовження Таблиці 3.1

2	повітряні судна класу E	одиниць	2
	повітряні судна класу D	одиниць	1

Остаточні техніко-економічні показники будуть визначені на послідовних стадіях проектування у відповідності до ДБН А.2.2-3-2012 «Склад та зміст проектної документації на будівництво» та Постанови КМУ від 11 травня 2011 року №560 «Про затвердження Порядку затвердження проектів будівництва і проведення їх експертизи та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України».

Обсяги інвестицій

Орієнтовна сума капіталовкладень (розраховано за аналогами перонів F та D) – 500 млн. грн.

Джерела фінансування

На виконання проектних робіт проектом фінансового плану ДП МА «Бориспіль» на 2015 рік передбачено 1,83 млн. грн. за рахунок власних коштів підприємства. Фінансування проекту планується здійснювати за рахунок власних коштів аеропорту.

Вартість профінансованих робіт та поточний стан об'єкту

Фінансування проекту та будівельно-монтажних робіт не проводилось.

3. Будівництво паркінгу ДП МА «Бориспіль»

Техніко-економічна доцільність

Проект «Будівництво паркінгу в ДП МА «Бориспіль» розроблено з метою покращення рівня обслуговування пасажирів та збільшення доходу від неавіаційних послуг.

Необхідність реалізації проекту визначена Концепцією Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2023 року, яка затверджена Постановою Кабінету Міністрів від 30 жовтня 2013 р. № 944 «Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2023 року», [24] та входить до проекту плану реалізації інфраструктурних проектів у

сфері транспорту, згідно Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.08.2013р. №563. [25]

Обсяги інвестицій

Скоригований титул будови затверджено Розпорядженням КМУ від 19.11.2012 року №966-р. Загальна кошторисна вартість – 518 млн. грн.

Джерела інвестиції

Фінансування здійснюється за рахунок власних та залучених коштів підприємства.

Вартість профінансованих робіт та поточний стан об'єкту

Станом на сьогодні на об'єкті виконано близько 60 % робіт.

Фінансування будівництва паркінгу передбачено в проекті фінансового плану ДП МА «Бориспіль» на 2015 р. за рахунок коштів від розміщення облігацій, випущених у 2012 р., на суму 10 млн. грн.

4. Розвиток паливно-заправного комплексу аеропорту. Будівництво насосно-фільтраційної станції ЦЗС.

Техніко-економічна доцільність

Насосно-фільтраційна станція призначена для подачі палива на пункти наливу та в систему централізованої заправки літаків на перонах аеродрому, а також для забезпечення фільтрації палива перед подачею на витратні установки.

Існуюча насосна станція (належить сторонній організації - ТОВ «Кребо Інтернешенел») має обмежену потужність та не може забезпечити нормальної роботи системи ЦЗЛ на всіх перонах ДП МА «Бориспіль».

Будівництво насосної станції ЦЗС також обумовлено необхідністю організації пунктів видачі авіа палива у паливозаправники організацій, що здійснюють на території аеропорту послуги по заправці авіа паливом, оскільки доставка авіа палива зі складу до місця стоянки ПС займає час, а це при виникненні несприятливих зовнішніх факторів (закриття залізничного переїзду, ДТП по дорозі та інше) може впливати на своєчасність заправки та регулярність відправки повітряних суден.

Окупність проекту насосної станції ЦЗС буде забезпечена, як за рахунок розширення послуг «нафтовим» компаніям, так і безпосередньо за рахунок отримання доходів від здійснення послуг заправки авіа паливом.

Обсяги інвестицій

Проект затверджено наказом Мінінфраструктури від 16 липня 2012 р. № 406. Загальна кошторисна вартість – 98,7 млн. грн. У зв'язку з тим, що більше половини загальної кошторисної вартості об'єкту складає вартість устаткування та обладнання іноземного виробництва, необхідно коригувати проектно-кошторисну документацію. Орієнтовна вартість проекту – 200 млн. грн.

Джерела інвестиції

Фінансування здійснюється за рахунок власних коштів підприємства.

Вартість профінансованих робіт та поточний стан об'єкту

Будівельно-монтажні роботи по об'єкту не проводились. Фінансування робіт передбачено проектом фінансового плану ДП МА «Бориспіль» на 2015 р. за рахунок власних коштів підприємства у сумі 56,5 млн. грн.

5. Реконструкція периметру метрової огорожі території ДП МА «Бориспіль» (з сигналізацією, відео спостереженням).

Техніко-економічна доцільність

Захист периметру аеропорту від несанкціонованого проникнення на контрольовану територію і в зоні обмеженого доступу є однією з основних задач авіаційної безпеки у боротьбі з актами незаконного втручання у діяльність цивільної авіації та визначається міжнародними та національними вимогами.

Станом на сьогодні, враховуючи значну довжину периметрової огорожі аеропорту (29,5 км) та відсутність системи периметрової сигналізації, необхідний рівень захисту периметру аеропорту забезпечується шляхом постійного патрулювання силами підрозділу ВОХОП Служби авіаційної безпеки.

Реконструкція периметрової огорожі аеропорту з обладнанням її протипідкопним пристроєм, системою периметрової сигналізації та відеоспостереження надасть можливість:

- підвищити ефективність захисту периметру, зменшивши вірогідність випадків несанкціонованого проникнення;
- здійснювати дистанційний контроль за периметром аеропорту;
- здійснювати відео спостереження в нічний час та в несприятливих погодних умовах;
- забезпечувати охорону об'єктів аеропорту на великих площах;
- підвищити ефективність координації зворотних дій в разі спрацювання периметрової сигналізації;
- розширити можливості та підвищити рівень авіаційної безпеки і режиму в цілому.

Обсяги інвестицій

Розроблено проектно-кошторисну документацію та проведено комплексну експертизу. Кошторисна вартість визначена в обсязі 98,74 млн. грн. У зв'язку з тим, що 60% загальної кошторисної вартості об'єкту складає вартість обладнання іноземного виробництва, необхідно коригувати проектно-кошторисну документацію та затвердити проект у встановленому порядку. Орієнтовна вартість проекту – 200 млн. грн.

Джерела інвестиції

Фінансування здійснюється за рахунок власних коштів підприємства.

Вартість профінансованих робіт та поточний стан об'єкту

Будівельно-монтажні роботи по об'єкту не проводились. Фінансування робіт передбачено проектом фінансового плану ДП МА «Бориспіль» на 2015 р. за рахунок власних коштів підприємства у сумі 29,5 млн. грн.

3.3. Вплив пропозицій на показники фінансового результату

Умовою реалізації стратегії розвитку хабу є можливість надання аеропортом конкурентної комерційної пропозиції, яка повинна працювати в синергії з економікою розвитку маршрутної мережі базових авіаперевізників. Оскільки практично всі витрати аеропорту є постійними (майже 97 % у 2014 р.), аеропорт вкрай зацікавлений у залученні додаткового пасажиропотоку, доходи від якого йдуть на покращення фінансового результату ДП МА «Бориспіль».

При цьому, для залучення додаткового пасажиропотоку до аеропорту, авіаперевізники витрачають значні додаткові кошти на відкриття нових рейсів чи збільшення частотності на існуючих маршрутах, на організацію стиковок, на підвищення завантаження існуючих рейсів шляхом надання знижок до тарифу і т.і. Тому аеропорт має застосовувати заходи по стимулюванню авіаперевізників нести такі додаткові витрати в інтересах аеропорту, шляхом надання знижок в рамках діючого законодавства, а саме: за збільшення пасажиропотоку (за кількість додаткових пасажирів), за початок виконання нових рейсів, за збільшення кількості рейсів, за виконання не менше узгодженої кількості рейсів, за залучення трансферних пасажирів (пасажирів з інших аеропортів), за польоти на ПС зі значною злітною масою і таке інше.

Не заперечуючи безумовний позитивний ефект, досягнутий від діючої системи мотивації, аеропорт планує впровадити нову, більш конкурентоздатну систему мотивації авіаперевізників, яка б повністю відповідала світовій практиці.

Одним із чинників, що ускладнює розвиток комерційної інфраструктури аеропорту та, як наслідок, перешкоджає збільшенню доходів від неавіаційної діяльності є відсутність можливості самостійно приймати рішення щодо укладання договорів оренди. Тому аеропорт через Міністерство інфраструктури України ініціюватиме винесення змін до Закону України «Про оренду державного та комунального майна», які дозволять такому стратегічному

об'єкту, як ДП МА «Бориспіль», оперативно укласти договори оренди нерухомого майна. Це дасть можливість підвищити рівень обслуговування пасажирів у відповідності до міжнародних стандартів та здійснювати оперативне коригування набору сервісів та їх постачальників.

З метою розвитку неавіаційної діяльності аеропорт планує здійснення наступних заходів:

- забезпечити оптимальне розміщення точок громадського харчування та магазинів роздрібної торгівлі в терміналі «D», базуючись на світовому досвіді;
- розширити інфраструктуру сервісних пунктів (платіжних терміналів, банків, представництв, пунктів обміну валют, пунктів прокатів авто);
- задіяти у відповідності до інфраструктурних потреб зони терміналів В, F, A, C та прилеглої території.
- удосконалити паркувальні та транспортні послуги на території ДП МА «Бориспіль».
- впровадити заходи щодо стандартизації орендних відносин та типів орендарів на території ДП МА «Бориспіль».

Прогноз перевезень є кількісною основою для розрахунку необхідної пропускної здатності аеропорту, а також основою для розрахунку поточних доходів і витрат.

Отже, прогноз авіаційних перевезень є важливим фактором для прогнозування необхідних заходів подальшого розвитку. Прогноз перевезень забезпечує базу для оцінки можливості та необхідності впровадження проектів технічного/інвестиційного розвитку аеропорту. Прогноз авіаційних перевезень базується на історичних даних і ключових припущеннях:

- аеропорт стає міжнародним хабом;
- міжнародні перевезення будуть переважати протягом усього прогнозованого періоду;
- мережа внутрішніх і міжнародних рейсів буде розширюватися протягом усього прогнозованого періоду;
- базові авіакомпанії слідує стратегії «хаба».

Ступінь успіху в досягненні прогнозованих обсягів авіаційних перевезень залежить від розвитку ринкового середовища (макроекономічні показники регіону), стратегії базового перевізника.

Очікуваний приріст кількості пасажирів в період 2015-2019 р.р. відображено схематично нижче (рис. 3.1.).

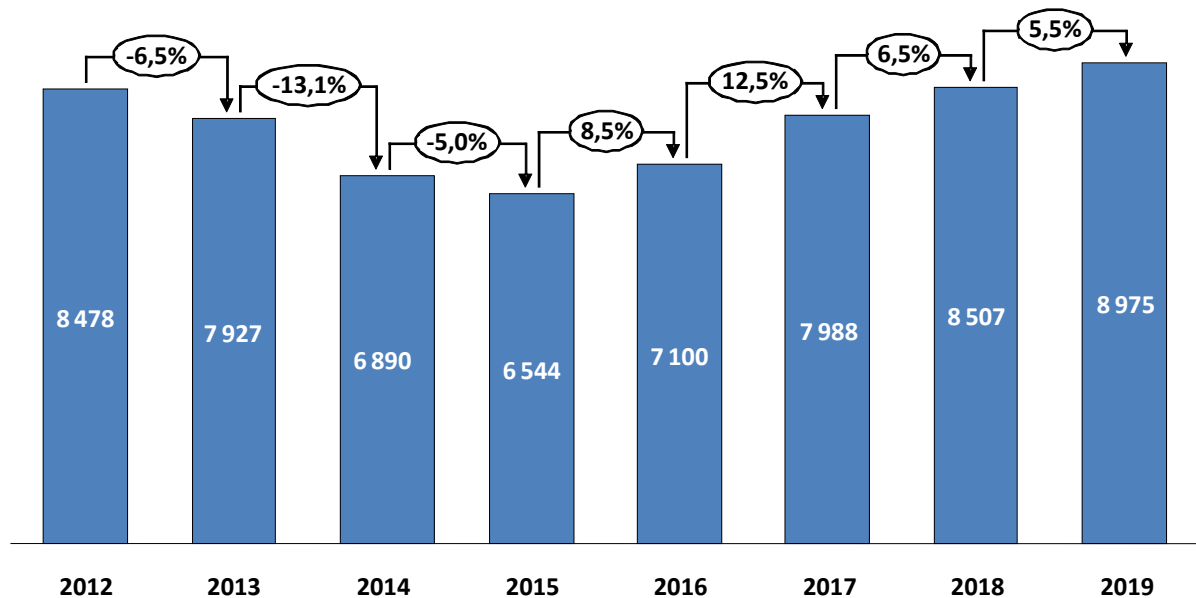


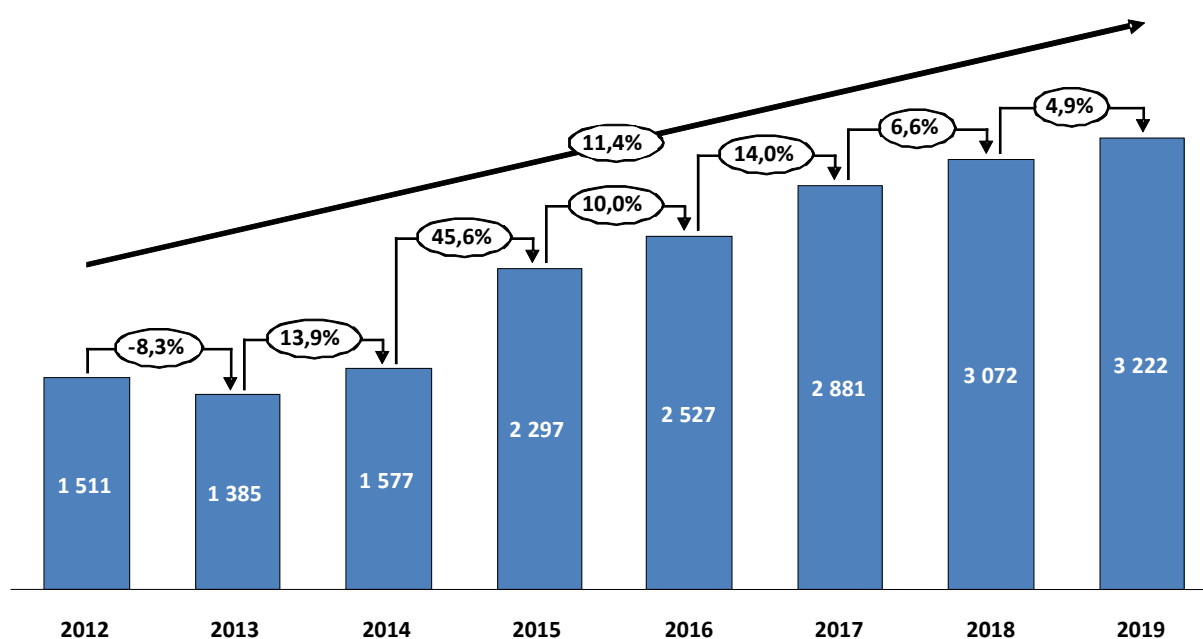
Рисунок 3.1. Очікуваний приріст кількості пасажирів в період 2015-2019 років

Прогноз обсягів авіаперевезень на 2017 рік відповідає проекту фінансового плану ДП МА «Бориспіль» на 2017 рік та сформований з врахування наступних чинників:

- приріст ВВП з урахуванням макропоказників ;
- рівень об'ємних показників, закладених до проекту фінансового плану на 2017 рік (а саме зниження пасажиропотоку на 5.0% відносно фактичної кількості обслугованих пасажирів у 2016 р.), обумовлений складною суспільно-економічною ситуацією в країні;
- наприкінці 2014 р., ДП МА «Бориспіль» розпочав у терміналі «D» обслуговування пасажирів міжнародних і внутрішніх рейсів, що буде сприяти створенню основи для «хабової» моделі розвитку аеропорту та забезпечить зростання пасажиропотоку за рахунок росту трансферних пасажирів;

- з метою залучення нових авіаперевізників та стимулювання загального обсягу авіаперевезень через аеропорт впроваджується система мотивації авіаперевізників.

На фінансові показники ДП МА «Бориспіль» значно впливатиме приріст пасажиропотоку та розширення спектру послуг ДП МА «Бориспіль», що дозволить отримати середньорічний приріст чистих доходів на рівні 11,4%. (рис. 3.2.).



Рисонок 3.2. Ріст чистих доходів

При розрахунку витрат до кожної статті витрат був застосований відповідний чинник (драйвер), пропорційно до якого буде змінюватись дана витрата. Були застосовані наступні фактори:

- очікування щодо інфляції;
- приріст кількості рейсів та інших об'ємних показників;
- очікування щодо приросту заробітної плати

Розрахунок зроблений за умови збереження курсу гривні до долара на рівні 21,7 гривень за долар.

Згідно сформованої фінансової моделі підприємство отримає такий чистий прибуток (рис. 3.3):

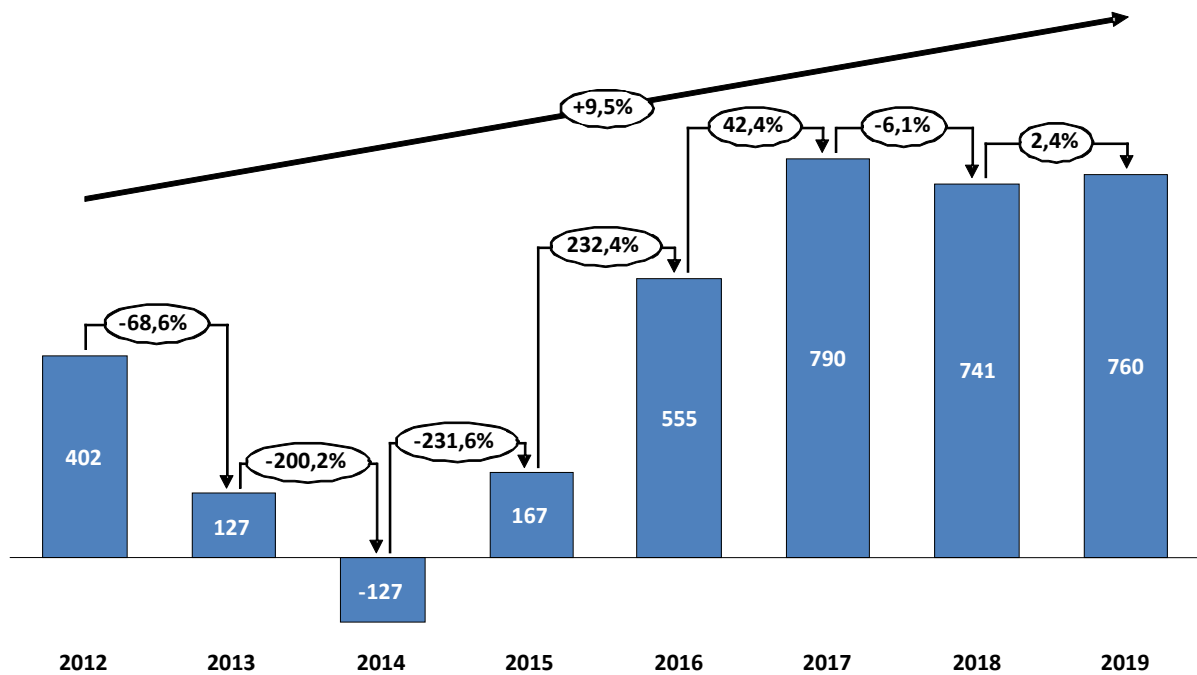


Рисунок 3.3. Прогноз чистого прибутку

Таким чином, починаючи з 2015 року спостерігатиметься поступове зростання чистого прибутку.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 3

Будучи джерелом виробничого і соціального розвитку, прибуток займає провідне місце в забезпеченні самофінансування підприємств, можливості яких багато в чому визначаються тим, наскільки доходи перевищують витрати. Проте для оцінки ефективності роботи підприємства недостатньо використання показника прибутку, оскільки його наявність ще не означає, що підприємство працює добре. Тому для визначення ефективності вироблених витрат необхідно використовувати відносний показник – рівень рентабельності (прибутковості).

Проблематика прибутковості підприємств охоплює питання виникнення прибутку в процесі виробництва, його формування у сфері обслуговування і розподілу і використання для капіталізації.

Для вирішення цієї проблеми необхідно системно аналізувати прибутковість підприємств і чинники, що на неї впливають, постійно

відстежувати і встановлювати резерви збільшення прибутку і комбінувати різноманітні шляхи підвищення рівня прибутковості.

Розглянуто чотири основні стратегічні цілі ДП МА «Бориспіль», їх техніко-економічна доцільність, обсяги інвестицій, джерела фінансування та вартість профінансованих робіт та поточний стан об'єкту, а саме реконструкція перону для повітряних суден термінального комплексу «D», Будівництво паркінгу ДП МА «Бориспіль», розвиток паливно-заправного комплексу аеропорту, будівництво насосно-фільтраційної станції ЦЗС та Реконструкція периметральної огорожі території ДП МА «Бориспіль» (з сигналізацією, відео спостереженням).

Визначили, що на фінансові показники ДП МА «Бориспіль» значно впливатиме приріст пасажиропотоку та розширення спектру послуг ДП МА «Бориспіль», що дозволить отримати середньорічний приріст чистих доходів на рівні 11.4%. У першому півріччі 2016 р. зростання пасажиропотоку становило майже 16%. Насамперед таке зростання відбулося завдяки розвитку напрямку транзитних перевезень. Пасажиропотік у базового перевізника збільшився на 20%, а транзитний приблизно на 80%. Саме ці основні показники прискорили позитивну динаміку зростання фінансових результатів з 2015 р.

ВИСНОВКИ

В умовах ринкової економіки підприємства здійснюють свою діяльність з метою отримання відповідного доходу (прибутку).

Отримання доходів – виручки від реалізації продукції (робіт послуг) – свідчать про те, що продукція підприємства знайшла свого споживача, що вона відповідає вимогам попиту ринку за ціною, якістю, іншими технічними, функціональними характеристиками та властивостями.

Отримання доходів створює основу для самофінансування підприємства за умови, що їх розмір достатній для покриття витрат підприємства з реалізації товарів та інших видів діяльності, виконання зобов'язань перед бюджетом на утворення чистого прибутку.

Розмір отриманих доходів визначає економічну стратегію підприємства з питань управління матеріальними ресурсами та витратами, персоналом підприємства і оплатою його праці. Податковою, інвестиційною, дивідендною політикою підприємства.

Водночас можливості підприємства щодо успішного продажу і своєї продукції (товарів, послуг) і отримання доходів залежать від ефективності організації торговельно-технологічних процесів, ступеня використання наявного ресурсного потенціалу, раціональності здійснених витрат тощо.

За результатами аналізу ринку визначено наступне.

Безпосередніми конкурентами аеропорту «Бориспіль» є аеропорти Східної Європи (WAW, PRG, BUD) та аеропорти Московської Системи Аеропортів (DME, SVO, VKO). Всі вони мають добре розвинену мережу маршрутів і підкріплені наявністю сильного базового перевізника.

Такі європейські аеропорти FRA, MUC, IST, VIE, які наразі за обсягами перевезень значно випереджають аеропорт «Бориспіль», визначені як орієнтири для успішної реалізації хабової концепції. З метою наближення до профілю зазначених аеропортів ДП МА «Бориспіль» повинен:

- розвиватися в напрямку спрощення формальностей та підвищення комфорту для пасажирів (в тому числі трансферних);
- поглиблювати співпрацю з базовими перевізниками щодо розвитку маршрутів та трансферних потоків;
- зробити аеропорт «Бориспіль» більш привабливим і доступним (система мотивації авіаперевізників через гнучку систему зборів, розвиток нових видів бізнесу, розширення спектру доступних неавіаційних послуг).

Важливе значення в боротьбі за зниження собівартості та підвищення прибутку має дотримання найсуворішого режиму економії на всіх ділянках виробничо-господарської діяльності підприємства. Послідовне здійснення на підприємствах режиму економії виявляється насамперед у зменшенні витрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції, скороченні витрат по обслуговуванню виробництва і керуванню й інших непродуктивних витрат. Необхідно регулярно проводити інвентаризацію запасів і обладнання з метою виявлення надлишків. Ці надлишки необхідно продавати за ринковими цінами.

Потребують вдосконалення й нормативи. Технічно обґрунтовані норми й нормативи, їх своєчасний перегляд, з одного боку, впливають на оплату праці, а, з іншої – на формування ціни, тому що виявлення резервів призводить до зниження суспільно-необхідних витрат робітників.

Одним з резервів збільшення прибутку промислових підприємств є більш повне використання вторинних ресурсів та попутних продуктів. Доля вторинної сировини в загальному обсязі матеріальних ресурсів, використовуваних у господарстві країни, значно зростає.

Резервом збільшення прибутку суб'єктів господарювання є ліквідація невиробничих виплат по заробітній платі, по оплаті цілоденних простоїв і часів внутрішньо змінного простою, доплат за працю в додатковий час, ліквідація невиробничих витрат і втрат у складі витрат на обслуговування підрозділів виробництва і управління.

Також важливу роль в підвищенні прибутку відведена маркетингу. Практика світової торгівлі показала, що багато видів нових виробів не знаходять свого покупця на ринку без вправної організації маркетингу. Тому в цих умовах господарювання слід більше уваги приділяти маркетингу.

Маркетингові заходи підприємства базуються на трьох основних елементах: активна взаємодія з існуючими та потенційними клієнтами, активне просування аеропорту на ринку шляхом забезпечення впізнаваності бренду та лояльності споживачів та проведення маркетингових досліджень, моніторингу тенденцій галузі. Реалізація зазначених заходів включає в себе:

- участь у значущих галузевих заходах, в тому числі, форумах з розвитку мережі авіаційних маршрутів, з метою ознайомлення учасників ринку з новинами та досягненнями аеропорту, новими послугами, підтримки постійного контакту з потенційними авіакомпаніями;
- підтримка та закріплення лояльності споживачів шляхом проведення PR акцій, спеціальних заходів;
- розробка програм заохочення для авіакомпаній при виконанні нових рейсів;
- збір та аналіз авіаційної маркетингової статистики, її ефективного використання при розробці та проведенні подальших маркетингових заходів.

Усі маркетингові заходи, що розробляються та впроваджуються аеропортом, базуються на маркетингових дослідженнях, які проводяться на регулярній основі. Такі маркетингові дослідження розробляються з метою аналізу мережі маршрутів, можливостей аеропорту як хабу, виявленні та аналізі можливостей відкриття нових маршрутів.

Також, розглянули чотири основні стратегічні цілі ДП МА «Бориспіль», їх техніко-економічна доцільність, обсяги інвестицій, джерела фінансування та вартість профінансованих робіт та поточний стан об'єкту, а саме реконструкція перону для повітряних суден термінального комплексу «D», будівництво паркінгу ДП МА «Бориспіль», розвиток паливно-заправного комплексу

аеропорту, будівництво насосно-фільтраційної станції ЦЗС та реконструкція периметрової огорожі території ДП МА «Бориспіль» (з сигналізацією, відео спостереженням).

Здійснивши аналіз фінансової діяльності Державного підприємства «Міжнародний аеропорт «Бориспіль» за допомогою показників рентабельності, фінансової стійкості та ліквідності, варто зауважити, що незважаючи на складну ситуацію на ринку авіаційного обслуговування аеропорт має гарні результати роботи і не поступається на ринку авіаційного обслуговування іншим аеропортам. Маю сказати, що у першому півріччі 2016 року зростання пасажиропотоку становило майже 16%. Насамперед таке зростання відбулося завдяки розвиткові напрямку транзитних перевезень. Пасажиропотік у базового перевізника збільшився на 20%, а транзитний приблизно на 80%. Саме ці основні показники прискорили позитивну динаміку зростання фінансових результатів з 2015 року. За результатами міжнародного аудиту у 2015 році аеропорт вперше за три роки став прибутковим. Це дозволило подвоїти відрахування до держбюджету, повернути борги, збільшити заробітний фонд оплати праці. Так, у першому півріччі 2016 року прибуток збільшився утричі порівняно з аналогічним періодом рекордного року і сягнув 650 млн. грн. І вже за підсумками 2016 року очікується мільярд гривень чистого прибутку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агапова Т. А. Макроэкономика / Т.А. Агапова, С.Ф. Серегина. – М. : 2011. – 343 с.
2. Аеропортові збори за обслуговування повітряних суден і пасажирів в аеропортах України : Затв. Наказом Мінтрансв'язку України від 14.04.2008 р. № 433. – К. : МТЗУ, 2008. – 23 с.
3. Алейников А.Н. Предпринимательская деятельность : учеб.-практ. пособ. / А.Н. Алейников. – М. : Новое издание, 2003. – 304 с.
4. Артамонов Б. В., Мамонова М. Л. Авиатранспортный маркетинг. – М. : МИИГА, 2009. – 234 с.
5. Афанасьев М.В., Гончаров А.Б. Економіка підприємства : навчально-методичний посібник для самост. вивчення дисципліни / за редакцією проф. М.В. Афанасьєва. Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2003. – 410 с.
6. Бержанір І. А. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства / І. А. Бержанір, Ю. В. Улянич, Н. І. Гвоздей // Вісник ХНДАУ. – 2015. – № 1. – С. 261–265.
7. Білошапка В.А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду / В.А. Білошапка // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №1(155). – С. 115–117.
8. Бланк И.А. Управление прибылью, 2-е изд., расм. и доп. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2002. – 752 с.
9. Бойчик І.М. Економіка підприємства : підручник. / І. М. Бойчик. – К. : Кондор-Видавництво, 2016. – 378 с.
10. Бондар Н.М. Економіка підприємства : навч. посіб. – К.: Видавництво А.С.К., 2014. – 400 с.
11. Булавенко С.Д. Основи економіки. 10–11 кл.: розробки уроків. / С.Д. Булавенко. – Х. : Веста; Ранок, 2007. – 430 с.
12. Варналій З.С. Основи підприємництва : навч. посіб. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Знання - Прес, 2009. 285 с.

13. Вашків, О. П. Аналіз впливу інфляції на величину прибутку підприємства [Текст] / О. П. Вашків // Наукові записки. Збірник наукових праць кафедри економічного аналізу. Випуск 11. Частина 1. Тернопіль : Економічна думка, 2002. – С. 83–86.
14. Володькіна М.В. Економіка промислового підприємства. Навчальний посібник. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 196 с.
15. Гетьман О.О. Економіка підприємства: підручник. / О.О. Гетьман. – К. : ЦНЛ, 2006. – 488 с.
16. Гольдштейн Г.Я. Стратегічний менеджмент : конспект лекцій. Таганрог : ТРТУ, 2015.
17. Господарський кодекс України. Глава 7: ПІДПРИЄМСТВО, ст.62.
18. Гребеник Е. А. Анализ особенностей современного рынка авиаперевозок в Украине // Экономист. – 2009.– № 2. – С. 15–18.
19. Довбня С. Б. Методичні особливості показників рентабельності та розробка їх класифікації / С. Б. Довбня, О. Г. Пендик // Молодий вчений. – 2014. – № 5. – С. 94–97.
20. Економіка підприємства : навч. посіб. / Л. О. Болтянська, Л. О. Андреева, О. І. Лисак. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 668 с.
21. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. П. Вихрущ, Б. М. Андрушків, П. С. Харів, Р. В. Федорович, І. В. Тирпак, О. П. Вашків [та ін.] ; керівники авт. колективу В. П. Вихрущ ; за ред. П. С. Харіва. – Тернопіль : Економічна думка, 2002. – 450 с.
22. Єпіфанова І. Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності / І. Ю. Єпіфанова, В. С. Гуменюк // Економіка і суспільство. – 2016. – Вип. 3. – С. 189–192.
23. Задоя А. О. Мікроекономіка: курс лекцій та вправи : навчальний посібник – 2-ге видання. – К. : Знання, 2002. – 211 с.
24. Зайцев Н. Экономика промышленного предприятия. 3-е изд. – М. : ИНФРА – М., 2010. – 358 с.

25. Зубко Н.М., А. Н. Зубко. Экономическая теория. – 3-е изд. перераб. и доп. – Мн. : «НТЦ-АПИ». –2010. – 352 с.
26. Ілляшенко С.М. Стратегічне управління інноваційною діяльністю підприємства на засадах маркетингу інновацій. / С.М. Ілляшенко. // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 12(114). – С. 137–139.
27. Кабінет Міністрів України. Постанова від 30 жовтня 2013 р. № 944 "Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2023 року".
28. Кабінет Міністрів України. Розпорядження від 01.08.2013 № 563–р «Питання реалізації інфраструктурних проектів у сфері транспорту».
29. Кальченко О. М. Функціональне призначення системи управління прибутком підприємства / О. М. Кальченко, О. В. Шишкіна, О. В. Анікейчик // Економіка підприємства : сучасні проблеми теорії та практики : Матеріали п'ятої міжнар. наук.-практ. конф., 15-16 вересня 2016 р. – Одеса, Атлант, 2016. – С. 276–277.
30. Клименко С. А. Финансы предприятий – М. : Финансы, ЮНИТИ, 2000. – 236 с.
31. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: навч. посіб. / І.В. Ковальчук. – К. : Знання, 2008. – 679 с.
32. Кодацкий В.П. Прибыль. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 128 с.
33. Кондратюк О.М. Синергія інформації в управлінні витратами підприємства. / О.М. Кондратюк, О.В. Школа. // Держава та регіони. – 2014. – № 6. – С. 253–255.
34. Концепція Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2020 року: Схв. розпорядженням Кабінету Міністрів України від 05.03.2008 р. № 506-р // Голос України. – 2010. – №12. – С. 2–3.
35. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств. Круш П.В. Внутрішній економічний механізм підприємства: посібник. / П.В. Круш, С.О. Тульчинська. – К. : ЦНЛ, 2008. – 206 с.

36. Костромина Е.В. Экономика авиакомпаний в условиях рынка – НОУ ВКШ «Авиабизнес», 2001. – 304 с.
37. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2008. – 332 с.
38. Крупська Л.П. Моя економіка: підручник для уч. 8–10 кл. / Л.П. Крупська, Л.М. Кириленко. – К. : А.П.Н., 2005. – 317 с.
39. Круш П.В. Внутрішній економічний механізм підприємства : навч. посібник. / П.В. Круш, С.О. Тульчинська. – К. : ЦНЛ, 2008. – 206 с.
40. Кулаев Ю.Ф. Экономика гражданской авиации Украины : монография. – К. : Издательство Феникс, 2004 – 667 с.
41. Мазаракі А. А., Лігоненко Л. О., Ушакова Н. М. Економіка торговельного підприємства – К. : Хрещатик, 1999. – 146 с.
42. Мак-Дональд М. Стратегічне планування маркетингу. – СПб.: Питер, 2006. – 282 с.
43. Манів З.О. Економіка підприємства: навч. посіб. / З.О. Манів, І.М. Луцький. – К.: Знання, 2004. – 580 с.
44. Мельникова В.І. Мікроекономіка : підручник. / В.І. Мельникова. – К. : ВД Професіонал, 2005. – 400 с.
45. Мец В.О. Экономический анализ финансовых результатов и финансового состояния предприятия : учебн. пособ / В.О. Мец. – К. : Высшая школа, 2003. – 328 с.
46. Мильнер З. Системний підхід до організації управління. – М. : Экономика, 2003. – 388 с.
47. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чеботар С.І. Основи підприємницької діяльності : навч. посіб. – К. : Видавничий центр “Академія”, 2003. – 280 с.
48. Немцова Л.Н., Козлюк В.О., Шипилло Е.И. Анализ тенденций развития машиностроения Украины за 2008–2009гг. – Д. : ДНУЭТ, 2010.
49. Нестерова С. В. Аналіз методології розрахунку валового прибутку у формах фінансової звітності / С. В. Нестерова // Науковий вісник

- Мукачівського державного університету. – 2016. – Серія : Економіка. – Вип. 1. – С. 273–277.
50. Пасічник В.Г. Організація виробництва : підручник. / В.Г. Пасічник. – К. : ЦНЛ, 2005. – 248 с.
51. Петрович Й. М. Економіка і фінанси підприємства : навч. посіб. / Й. М. Петрович, Л. М. Прокопишин-Рашкевич. – Л. : Магнолія, 2014. – 408 с.
52. Петрович Й.М. Економіка підприємства : підручник. / Й.М. Петрович, А.Ф. Кіт, Г.М. Захарчин та ін. Вид. 2-ге, виправл. – Л. : Магнолія плюс, 2006. – 580 с.
53. Пивонос М. Ю. Влияние мирового экономического кризиса на развитие авиационных перевозок / М.Ю. Пивонос. – Донецьк : ДонНУ, 2009 – Том 2. – 867 с.
54. Пода, А. К. Мікроекономіка. Збірник задач для економічних спеціальностей : навч. посіб. / А. К. Пода, О. П. Вашків, Л. Л. Куц. – Вид. 2-ге, перероб. та доповнене. – К. : ІСДО, 2005. – 141 с.
55. Податковий кодексу України від 02.12.2010 року № 2755-VI «податок на прибуток підприємств».
56. Поделинска І.А., Бянкін М.В. Стратегічне планування : навч. посіб. – К. : Вид-во ВСГТУ, 2005. – 55 с.
57. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.
58. Портна О. В. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. / О. В. Портна, Н. Ю. Єршова. – Львів : Магнолія, 2015. – 312 с.
59. Раєвнева О. В. Моделі управління розвитком промислового підприємства в умовах трансформації національної економіки / О. В. Раєвнева, І. В. Чанкіна. – К. : Ліра-К, 2013. – 264 с.
60. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 “Звіт про фінансові результати” (Наказ МФУ №87 від 31.03.1999 р.) Зі змінами та доповненнями //www.ligazakon.ua

61. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Затверджено наказом Мінфіну України від 28.02.2013 р.
62. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Затверджено наказом Мінфіну України від 28.02.2013 р.
63. Пригожин А.И. Методы развития организаций. – М. : МЦФЭР, 2003. – 204 с.
64. Примак Т.О. Економіка підприємства : навч. посіб. – К. : Вікар, 2001. – 178 с.
65. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність : Закон України № 1405-VIII від 02.06.2016 р. зі змінами та доповненнями.
66. Податковий Кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2011, № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112.
67. Репін В.П., Елиферов В. Г. Процессный підхід до управління. – М. : РІА Стандарти і якість, 2004.
68. Салига С.П., Даций Н.В., Корецкая С.О. Финансовый анализ : учебн. пособие. – К. : Центр учебной литературы, 2006. – 196 с.
69. Семенов А.Г. Аналіз та вдосконалення оплати праці. / А.Г. Семенов, А.І. Шарко // Держава та регіони. – 2015. – № 6. – С. 232–238.
70. Сіменко І. В. Аналіз господарської діяльності [Текст] : навч. посіб. / І. В. Сіменко. – К. : Патерик, 2013. – 384 с.
71. Статистичний щорічник України за 2015 рік ; за ред. І. М. Жук. – К. : Державна служба статистики України, 2016. – 575 с.
72. Смирнова М. Як знайти зайві витрати // Консультант. – 2005. – № 23. – С. 18.
73. Сопко В.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: Навч. посібник – К. : КНЕУ, 2006. – 526 с.
74. Стофорандов А. Слоеное рішення для менеджера // Инфо-Бизнес. – 2007. – № 43. – с. 55–64.

75. Стельмашук А.М., Смоленюк П.С. Бухгалтерський облік : навч. посіб. – К. : Центр учбової літератури, 2007 – 528 с.
76. Тунин Г.А. Предпринимательство и финансы : учеб. пособ. для вузов – М. : «Издательство ПРИОР», 2002. – 80 с.
77. Філімоненков О. С. Фінанси підприємств : навч. посіб. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : МАУП, 2004. – 328 с.
78. Фінанси підприємств : підручник / керівник авт. і наук. ред проф. А.М. Поддєрьогін. 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.
79. Харів, П. С. Збірник задач і тестів з економіки, організації і планування діяльності промислового підприємства : навч. посіб. / П. С. Харів, О. М. Собко, О. П. Вашків ; за ред. П. С. Харіва. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2003. – 256 с.
80. Черевко Г.В., Горбонос Ф.В., Іваницька Г.Б., Павленчик Н.Ф. Економіка підприємств : навч. посіб. ; за заг. ред. Г.В. Черевко. – Львів : Априорі, 2004. – 384 с.
81. Черкашин П. CRM: Управління знаннями про клієнтів – основа успішного бізнесу / З матеріалів конференції «Менеджмент сьогодні». – М. : Видавничий будинок Гребенникова, 2007. – С. 87-96.
82. Шарко М. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / М. В. Шарко, Н. В. Мешкова-Кравченко, О. М. Радкевич. – Херсон : Олді-плюс, 2014. – 436 с.
83. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства [Текст] / Л. А. Швайка. – К. : Ліра-К, 2014. – 268 с.
84. Шевченко Л. С. Економіка підприємства [Текст] : навч. посіб. / Л. С. Шевченко. – К. : Ліра-К, 2014. – 208 с.
85. Яркіна Н. М. Економіка підприємства [Текст] : навч. посіб. / Н. М. Яркіна. – К. : Ліра-К, 2015. – 498 с.