

Крім інших вищезазначених функцій підприємництва виділяються саме те, що воно виступає важливим джерелом фінансового та організаційного забезпечення соціального захисту, вносить визначальний внесок у зменшення соціальної напруги і демократизації ринкових відносин. Саме мале підприємництво своїми руками забезпечує свій рівень життя воно є фундаментальною основою у формуванні середнього класу. Важлива роль малого підприємництва полягає і в тому, що воно виступає інвестором вітчизняної економіки, а також сприяє розширенню експортних можливостей держави.

Аналіз стану малого підприємництва показує, що сектор малого бізнесу в Україні перебуває на початковому етапі розвитку і характеризується високим ступенем неефективності.

Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок, що підтримка підприємництва – це складна комплексна проблема, і міри, направлені на її рішення, також повинні носити комплексний характер. Але ідеологія виходить з того, що малі підприємства та підприємці у своїй діяльності повинні перш за все спиратися на власні сили.

Головним висновком є те, що мале та середнє підприємство ще не відчуло в повній мірі ставлення до себе з боку держави як до рівноправного партнера та повноцінного суб'єкта ринкових відносин.

За теперішньої ситуації розвиток малого бізнесу в Україні повинен стати вирішальним чинником для вдосконалення економічних механізмів: цей напрямок потребує ефективної державної підтримки, яка повинна бути спрямована на створення позитивного економічного та правового клімату.

Романюк Л.М., к.е.н., доц.

Кіровоградський національний технічний університет, м. Кіровоград, Україна

УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із напрямків підвищення прибуткової діяльності підприємства є ефективна політика ціноутворення.

Максимізація прибутку забезпечується шляхом досягнення оптимального співвідношення між величинами факторів, що формують прибуток.

Факторна модель формування прибутку має наступний вигляд [2]:

$$P_p = \sum (O_{pi} \cdot (C_i - Z_{ei}) - P_{ei}), \quad (1)$$

де O_{pi} – обсяг реалізації продукції в натуральному вимірі;

C_i – ціна реалізації, грн.;

Z_{ei} – питомі змінні витрати, грн.;

P_{ei} – загальна сума постійних витрат, грн.

Аналіз факторної моделі формування прибутку показує, що механізм управління процесом будується з урахуванням тісного взаємозв'язку прибутку з показниками ціни, обсягу реалізації та витрат підприємства. На основі такого взаємозв'язку побудована система управління формуванням прибутку, яка має назву “Взаємозв'язок витрат, обсягів реалізації та прибутку” (Cost-Volume-Profit Relationships; CVP). Дана система дозволяє виділити роль окремих факторів у формуванні прибутку і забезпечити ефективне управління цим процесом на підприємстві.

За допомогою даної системи управління формуванням прибутку, змінюючи тільки обсяг реалізації, можна отримати необхідну величину прибутку, приймаючи на практиці форму вибору “достатньої” ціни, яка забезпечує при запланованому обсязі продажу відповідний рівень прибутку. Даний підхід, який використовується практично всіма підприємствами, є досить простим, однак він не враховує, що в основному ціна визначається рівнем попиту на продукцію.

В реальних умовах функціонування підприємства, відповідно до закону попиту, для того, щоб збільшити обсяг реалізації, необхідно зменшити ціну. Інакше кажучи, існує зворотній зв'язок між ціною та величиною попиту.

Враховуючи залежність між ціною та обсягом реалізації $OP(C)$, виручка від реалізації буде визначатися за наступною формулою:

$$BP = C \cdot OP(C) \quad (2)$$

Прибуток підприємства визначається наступним чином:

$$P_p = BP - Z = C \cdot OP(C) - (P_e + Z_e \cdot OP(C)) = (C - Z_e) \cdot OP(C) - P_e, \quad (3)$$

де BP – виручка від реалізації;

Z – загальні витрати;

C – Ціна реалізації;

OP – обсяг реалізації;

P_e – постійні витрати;

Z_e – змінні витрати

Для реалізації обсягу продукції, за якого прибуток підприємства буде максимальним, необхідно встановити відповідний рівень ціни, який буде оптимальним за критерієм максимуму прибутку.

З урахуванням результатів економічних досліджень формула визначення оптимальної ціни, за умови, якщо зв'язок між ціною та обсягом реалізації є лінійним або наближається до лінійного, має наступний вигляд[2]:

$$C_{opt} = 3_e / 4 - a / (2 \cdot b), \quad (4)$$

де a, b – параметри рівняння регресії.

Проведення такого розрахунку передбачає здійснення підприємством відповідних маркетингових досліджень щодо зміни обсягу реалізації продукції при зміні рівня ціни реалізації.

Припустимо, що результати маркетингових досліджень щодо залежності обсягів реалізації машин від рівня цін представлені у табл.1.

Таблиця 1

Залежність обсягів реалізації від рівня цін

Обсяг реалізації за марками машин	Марки машин			
	1	2	3	4
Ціна, тис.грн./од.	142,5	147,5	155,8	160,5
Обсяг реалізації, од.	149	138	131	110

Змінні витрати складають 137,3 тис.грн./од.

Зв'язок між ціною та обсягом реалізації характеризується наступною формулою:

$$OP = OP(C) = a + b \cdot C \quad (5)$$

де a, b – параметри рівняння регресії.

Значення параметрів рівняння регресії визначаємо за методом найменших квадратів на основі даних, наведених у табл. 2.

Таблиця 2

Розрахунок даних для визначення параметрів регресії

X	Y	X ²	XY
142,5	149	20306,25	21232,5
147,5	138	21756,25	20355
155,8	131	24273,64	20409,8
160,5	110	25760,25	17655
$\Sigma X = 606,3$	$\Sigma Y = 528$	$\Sigma X^2 = 92096,39$	$\Sigma XY = 79652,3$

$$b = \frac{4 \times 79652,3 - 606,3 \times 528}{4 \times 92096,39 - 606,3^2} = -1,9$$

$$a = (528 - (-1,9) \times 606,3 / 4 = 420$$

Таким чином, оптимальна ціна становитиме:

$$C_{opt} = 137,3 / 4 - 420 / (2 \times (-1,9)) = 144,8 \text{ тис. грн.}$$

Виконані розрахунки свідчать про те, що встановлення ціни на рівні 144,8 тис.грн./од дозволить підприємству максимізувати прибуток.

При цьому обсяг реалізації становить:

$$OP = 420 + (-1,9) \times 144,8 = 145 \text{ од.}$$

Таким чином співвідношення ціни та обсягу реалізації є оптимальним за критерієм максимізації прибутку. Встановлення ціни на будь-якому рівні, що відрізняється від 144,8 тис.грн./од. призведе до зменшення прибутку.

Максимізація прибутку розглядається як головна мета діяльності підприємства у довгостроковому періоді, а лімітування має виступати у якості головної мети у відповідному короткостроковому періоді часу.

Запропонована методика є простою у використанні і дасть змогу підприємству швидко реагувати на зміну ситуації на ринку шляхом перерахунку оптимальної ціни, яка забезпечить підприємству максимальний прибуток або мінімальний збиток.

Для визначення рівня оптимальних цін за умови змін вхідних параметрів необхідно автоматизувати розрахунки, та розробити відповідне програмне забезпечення.

Література

1. Козаченко Т.В., Погорелов Ю.С., Хлапюнов Л.Ю., Макухін Н.А. Управління затратами підприємства. — Монографія. — Київ: Лібра, 2007.- 320с.

2. Стратегічний аналіз: навчальний посібник / Г.М. Давидов, В.М.Малахова, О.А.Магопєць та ін.- К.: Знання, 2011.-389с. (Вища освіта ХХІ століття).

Руда Т.В., к.е.н.

Державний науково-дослідний інститут митної справи, м. Хмельницький, Україна

СУТНІСТЬ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ КАТЕГОРІЯМИ „МИТНІ ПОСЛУГИ” ТА „МИТНІ ПРОЦЕДУРИ”

Глобалізація світової економіки та пріоритетність проєвропейського курсу вимагають переформатування принципів здійснення митної справи в Україні. Митниці на сьогодні виступають одним із елементів активізації зовнішньоекономічної діяльності та візитівкою зовнішньої політики держави, оскільки, забезпечують комунікативні зв'язки країни із учасниками ЗЕД. Таким чином, актуалізується необхідність імплементації міжнародних стандартів здійснення митної справи у вітчизняну практику.

Дослідження зазначеної проблематики відображено у творах вітчизняних та зарубіжних науковців: Старкової О.А., Єрмілова І.С., Петруні В.Ю. та ін.. Незважаючи на наявність публікацій, досить відчутною є різниця між теоретичними дослідженнями та практикою здійснення митної справи. Зокрема, ті теоретичні аспекти, що стосуються визначення сутності, класифікації митних послуг на сьогодні не відображено в українському митному законодавстві. Таким чином, метою дослідження є систематизація теоретичних підходів до трактування понять „митні послуги” та „митні формальності” й визначення співвідношення між ними.

Одним із перших та нагальних кроків при цьому є узгодження та уніфікація митної термінології, яка розглядається в українському та зарубіжному законодавстві, а також спеціалізованій літературі.

Зокрема, у вітчизняному законодавстві визначено сутність таких категорій, як «митні формальності», «митні режими», «митні процедури», тоді, як у європейських країнах та країнах-учасниках Митного союзу митні процедури фактично ототожнюються із митними режимами й описуються за допомогою митних формальностей. Окрім того, за кордоном досить поширеним є застосування категорії „митні послуги”, тоді, як у вітчизняній правовій базі вона не розглядається. Саме з метою визначення сутності та взаємозв'язку між зазначеними поняттями доцільно проаналізувати теоретичні підходи до їх трактування.

Літературний аналіз змісту митних послуг, показав, що на сьогодні не вироблено єдиного підходу. Зокрема, на думку Старкової О.А. митні послуги - сукупність дій, що здійснюються митними органами і особами, які діють у сфері митної справи, з метою забезпечення переміщення товарів і транспортних засобів через митні кордони держав від продавця до покупця відповідно до вимог цих держав [1]. Єрмілов І.С. під митними послугами пропонує розуміти специфічний вид діяльності, направленої на сприяння у здійсненні зовнішньоторговельних операцій або сприяння учасникам зовнішньоекономічної діяльності у здійсненні експортно-імпортних операцій [2]. Петруня В.Ю. розглядає митні послуги як послуги суспільству, які надаються під замовлення і відповідний контроль з боку держави, а Діанова В.Ю. — як послуги особливого виду, пов'язані із захистом економічної безпеки держави та забезпеченням інтересів національної економіки [3]. При цьому, у Митному кодексі України (2002 р.) наводилось наступне визначення митних послуг - здійснення суб'єктом господарювання, якому відповідно до цього Кодексу надано дозвіл на провадження певного виду господарської діяльності, операцій з товарами, що перебувають під митним контролем, на підставі договору з власником цих товарів або уповноваженою ним особою [4]. Тобто, це сукупність операцій (послуги), що надавалися митними брокерами.

Узагальнюючи наведені трактування, доцільно відмітити, що митні послуги є результатом діяльності органів митного контролю або осіб, яким відповідно до вітчизняного законодавства дозволено надання послуг митного характеру, тобто це митна діяльність, особливістю якої на відміну від інших послуг є її загальнообов'язковий, системний характер для учасників зовнішньоекономічної діяльності.

Так, за кордоном усі митні послуги, як правило, поділяють на ті, що надаються органами митного контролю та особами, які здійснюють діяльність у сфері митної справи. Перша група включає 25 видів послуг, серед яких найважливішими є: здійснення митного оформлення товарів та транспортних засобів, митний контроль, дотримання вітчизняного законодавства у сфері митної справи, зберігання товарів, стягнення податків, митних зборів та ін.

Поряд із цим, у Митному кодексі України, прийнятому у 2012 р. поняття митні послуги вилучено, а наведено сутність категорії „митні процедури”, під якими пропонують розуміти зумовлені метою переміщення товарів через митний кордон України сукупність митних формальностей та порядок їх виконання [4].

Окрім того, у спеціалізованій літературі митні процедури - це: