

політикою, формування якої представляє собою одну з найбільш складних завдань загальної політики управління прибутком підприємства.

Розподіл чистого прибутку дозволяє розширювати діяльність організації за рахунок власних, більш дешевих джерел фінансування. При цьому знижуються фінансові витрати організації на залучення додаткових джерел.

Чистий прибуток є одним з найважливіших економічних показників, що характеризують кінцеві результати діяльності підприємства. Кількісно вона являє собою різницю між сумою прибутку до оподаткування та сумою внесених у бюджет податків з прибутку, економічних санкцій та інших обов'язкових платежів підприємства, що покриваються за рахунок прибутку.

Розподіл чистого прибутку відображає процес формування фондів і резервів підприємства для фінансування потреб виробництва та розвитку соціальної сфери.

Весь прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, поділяється на дві частини: перша збільшує майно підприємства і бере участь в процесі накопичення, друга характеризує частку прибутку, що використовується на споживання. При цьому не обов'язково весь прибуток, який спрямовується на нагромадження, використовувати повністю. Залишок прибутку, не використаної на збільшення майна, має важливе резервне значення і може бути використаний в наступні роки для покриття можливих збитків.

Прибуток від реалізації продукції, робіт, послуг займає найбільшу питому вагу в структурі балансового прибутку підприємства. Її величина формується під впливом трьох основних чинників: собівартості продукції, обсягу реалізації і рівня діючих цін на реалізовану продукцію. Найважливішим із них є собівартість.

Важливим завданням аналізу є вивчення питань використання засобів накопичення і споживання. Кошти цих фондів мають цільове призначення і витрачаються відповідно до затверджених кошторисів.

Ми вважаємо, що основними джерелами збільшення суми прибутку є збільшення обсягу реалізації продукції, зниження її собівартості, підвищення якості товарної продукції, реалізація її на більш вигідних ринках збуту.

Література:

1. Бланк І.А. Управління прибутком. - Київ: Нанацентр АТД, 2001. – 543 с
2. Козлов Н.В. Аналіз та прогнозування прибутку підприємства / Н.В. Козлов / Проблеми прогнозування. - 2003. - № 4. - С. 12-14.

3. Ануфрієв В.Є. Облік і планування фінансових результатів // Бухгалтерський облік. - 2006. - № 4. – С. 45-52.

4. Шамхалов Ф.Р. Прибуток - основний показник результатів діяльності організації // Фінанси. - 2004. - № 6. – С. 19-22.

5. Шеремет А.Д. Теорія економічного аналізу: Підручник. - М.: Инфра-М, 2002. - 333 с.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА НАСІННЯ СОНЯШНИКА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ НА ВНУТРІШНІХ РИНКАХ

МЕЛЬНИК К. Р.

*Харківський національний технічний університет
сізьського господарства ім. Петра Василенка.*

Науковий керівник – к.е.н.

Майборода М. М.

З розвитком ринкових відносин відбувається становлення і формування конкурентного середовища в національній економіці. Підвищення жорсткості методів та форм прояву конкуренції, прискорення темпів змін параметрів ринку викликали об'єктивну необхідність розроблення та втілення на українських підприємствах принципово нових підходів до управління конкурентоспроможністю продукції і формування стратегії підприємства.

Сучасні вимоги ведення бізнесу вимагають постійної адаптації до змін. Сьогодні вже жодне підприємство не може бути упевненим, що його конкурентні переваги не будуть запозиченими іншими конкурентами. Управління ж конкурентоспроможністю продукції на сьогоднішній день займає чи не центральне місце у загальній системі управління підприємством. Саме рух теоретичних розробок, концепцій від маркетингового підходу в управлінні до концепції управління конкурентоспроможністю продукції є найактуальнішими для менеджменту підприємства, адже це вже не просто відповідальність за збут окремого відділу, або певна функція, це інтегрований процес, який складається із декількох взаємопов'язаних складових та від якого залежить конкурентоспроможність підприємства.

Конкуренція в сізьському господарстві формується одночасно по двох напрямках: між господарствами з різними формами власності і господарювання; між усіма товаровиробниками за найбільш вигідні економічні умови діяльності та фінансові результати.

Сьогодні найбільш істотну конкуренцію колективним сільськогосподарським підприємствам складають особисті підсобні господарства населення. Збільшення земельних наділів і зростання поголів'я худоби сприяє перетворенню їх у товарні господарства, але поки в конкурентній боротьбі за ринки збуту їх місце не значне.

Підвищенню конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва регіону будуть сприяти інтеграція сільськогосподарських і переробних підприємств, створення інфраструктури ринку продукції (сховища, холодильні господарства, транспортне обслуговування); вдосконалення регіональної структури виробництва (у тому числі визначення оптимальних зон і концентрації виробництва цукрового буряка, соняшнику, м'яса, молока для задоволення потреб області); державна підтримка розвитку соціальної сфери на селі.

Особливий вплив на формування конкуренції в сільському господарстві надає взаємини між господарствами-виробниками сільськогосподарської продукції і підприємствами переробки. Конкуренція між ними виявляється на ринку збуту продукції, у встановленні ціни на продукцію сільського господарства, яка для переробного підприємства є сировиною. Судити про це можна по величині частки закупівельної ціни у роздрібній ціні продукту. По всіх видах сільськогосподарської продукції, крім м'яса, частка ціни продажів у роздрібній ціні не перевищує 40%. Частка ціни зерна пшениці в ціні борошна становить менше 20%. Частка ціни зерна в роздрібній ціні хліба з пшеничного борошна знизився до 9%. Частка ціни сільськогосподарських підприємств у роздрібних цінах на м'ясо становила 25-33%, що зумовило збитковість його виробництва. Частка закупівельної ціни молока у роздрібній ціні 33%. Звичайно такий рівень цін на сільськогосподарську продукцію не дозволяє сільськогосподарським підприємствам окупати витрати на її виробництво і вони змушені його скорочувати, особливо виробництво продукції тваринництва. Такі умови не сприяють підвищенню конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, так як вони негативно позначаються на розвитку виробництва.

Розглянемо конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств на прикладі ПП „Агропрогрес”. Підприємство здійснює виробничу і комерційну діяльність на базі як власних, так і орендованих земель і майна. Підприємство знаходиться в лісостеповій зоні, на відстані 150 км. від Харкова.

Метою діяльності підприємства є отримання прибутку. Предмет діяльності підприємства :

- вирощування зернових, технічних та решти культур віднесених до інших видів рослинництва;

- розведення ВРХ, свиней.

Форма власності приватна.

Майно підприємства складають основні та оборотні кошти, а також інші цінності, вартість яких відображається на самостійному балансі.

Підприємство є відкритою системою, що перебуває в постійній взаємодії з тими чи іншими елементами зовнішнього середовища. Дослідженню зовнішнього середовища слід приділяти достатню увагу, оскільки воно зумовлює рівень визначеності, в умовах якого приймаються управлінські рішення.

Особливістю факторів середовища прямої дії є інтенсивність і постійний характер впливу, спрямованість на зміну базових внутрішніх складових підприємств. Це потребує оперативного розроблення заходів щодо пом'якшення їх негативних наслідків або, навпаки, повнішого використання сприятливих можливостей. До цих факторів належать: споживачі, (покупці); постачальники; конкуренти.

Аналіз споживачів як фактора безпосереднього оточення організації в першу чергу має своїм завданням складання характеристики тих, хто купує продукт, реалізований організацією. ПП «Агропрогрес» ретельно вивчає своїх споживачів.

Перед усім ПП «Агропрогрес» ставить за мету визначити:

- який продукт у найбільшій мірі буде прийматися покупцями;

- на який обсяг продажу може розраховувати організація;

- наскільки можна розширити коло потенційних покупців;

- що очікує продукт у майбутньому.

Дане підприємство має потенційних покупців, тобто, його цільовий сегмент ринку є переважно підприємства переробної промисловості.

Вивчення постачальників ПП «Агропрогрес» здійснюється враховуючи характеристики, що в першу чергу впливають на його діяльність, а саме: вартість товару, що поставляється; гарантія якості товару, що поставляється; тимчасовий (сезонний) графік постачання товару; пунктуальність і обов'язковість виконання умов постачання товару..

Вивчення конкурентів, тобто тих, з ким організації доводиться боротися за споживача і за ресурси, щоб забезпечити своє існування, займає особливе і важливе місце в стратегічному

управлінні. Таке вивчення спрямоване на те, щоб виявляти слабкі і сильні сторони конкурентів і на базі цього побудувати свою стратегію конкурентної боротьби.

Створення підприємствами власних сировинних ресурсів, замкнутого циклу виробництва і реалізації продукції, впровадження прогресивних технологій, інновацій, вдосконалення економічних відносин між учасниками ринку дасть можливість підвищити обсяги виробництва та якості продукції, що в кінцевому підсумку дасть можливість стати, безпосередньо, головним конкурентом на ринку.

Література:

1. Галузі АПК // Міністерство аграрної політики України/[Електронний ресурс] // [Www.minagro.kiev.ua](http://www.minagro.kiev.ua).
2. Єранкін О.О. Вплив аграрної політики на маркетингову діяльність підприємств АПК України // Економіка АПК: Підручник/ О.О. Єранкін. – 2008. – №6. – С. 29–39.
3. Збарський В.К. Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств / В.К. Збарський, М.А. Місевич; За ред. професора В.К. Збарського. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 310 с.
4. Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навч. Посібник / П.Г. П.Г – К.: Академвидав, 2007. – 320 с.
5. Статистична інформація // Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] // Www.ukrstat.gov.ua.

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ

МІНДОЛІНА О. А.

*Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – к.е.н., доцент
Артеменко О. О.*

Фонд оплати праці (ФОП) — основний економічний показник з оплати праці, який широко використовується у господарській практиці, статистичній звітності та економічному аналізі.

Загальна сума фонду оплати праці (ФОТ) може бути достатньо точно визначена на підставі даних прогнозу продажів, очікуваного виконання плану виробництва шляхом накладення на очікувані результати роботи принципів оплати праці, що діють на підприємстві. Таким чином, сума ФОТ закладається в плани підприємства як

частину майбутніх витрат, знаходячи своє віддзеркалення в бюджеті руху грошових коштів (див. зауваження нижче) і бюджеті доходів і витрат.

До фонду оплати праці включаються: основна, додаткова зарплата, інші компенсаційні та заохочувальні виплати.

Основна заробітна плата працівника залежить від результатів його праці й визначається тарифними ставками, відрядними розцінками, посадовими окладами, а також надбавками й доплатами в розмірах, не вищих за встановлені чинним законодавством.

Рівень додаткової оплати праці здебільшого залежить від кінцевих результатів діяльності підприємства. Зазвичай до додаткової оплати праці належать премії, інші заохочувальні та компенсаційні виплати, а також надбавки й доплати, не передбачені чинним законодавством або встановлені понад розміри, дозволені останнім. За розрахунками середньої структури середньомісячного заробітку персоналу на виробничих підприємствах України протягом кількох останніх років, основна заробітна плата й додаткова оплата праці становлять відповідно 70-80 і 20-30 % від загальної величини цього заробітку.

Інші заохочувальні та компенсаційні виплати. До них належать виплати у формі винагород за підсумками роботи за рік, премії за спеціальними системами і положеннями, компенсаційні та інші грошові й матеріальні виплати, які не передбачені актами чинного законодавства або, які провадяться понад встановлені зазначеними актами норми.

Розмір мінімальної заробітної плати встановлюється Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України, як правило, один раз на рік під час затвердження Державного бюджету України. Однак такий порядок нерідко порушується самою ж Верховною Радою України, яка може переглядати розмір мінімальної заробітної плати і декілька разів на рік.

Завданнями аналізу фонду оплати праці є:

1) систематичний контроль за використанням фонду зарплати;

2) виявлення можливостей економії коштів за рахунок росту продуктивності і зниження трудомісткості продукції.

Залежно від одиниці виміру, за якою обчислюється фонд заробітної плати (людино-година, людино-день, людино-місяць тощо), розрізняють годинний, денний, місячний (квартальний, річний) фонд заробітної плати.

Годинний фонд заробітної плати являє собою заробітну плату, нараховану робітникам за фактично відпрацьовані години в умовах нормальної тривалості зміни.