

заходів, використовуваних ресурси і інструментарій для маневрування податковими платежами;

3. бюджет податкових платежів з урахуванням застосування заходів щодо оптимізації податкових зобов'язань підприємства.

Суттєвий вплив на формування податкових стратегій та і податкової політики загалом чинять невизначені та динамічні зовнішні економічні умови. В таких складних умовах необхідні чималі фінансові резерви, матеріально-технічні та інтелектуальні ресурси. Загалом же, оптимізація податкових стратегій – це стратегічна ціль підприємства, на яку націлені і податкове планування і податкове прогнозування [2].

Українські підприємства характеризуються повільністю впровадження нововведень, зокрема і оптимізації податкової політики. Це викликано відсутністю досвіду, інертністю мислення застарілих кадрів, прагнення керівників якнайшвидше досягти збільшення прибутку без намагання дивитися у на ситуацію у перспективі.

Література:

Загородній А.Г., Єлісеєв А.В. Податки та податкове планування підприємницької діяльності. - Л.: Центр бізнес-сервісу, 2003. - 152 с.

Пономаренко В.С., Пушкар О.І., Тридід О.М. Стратегічне управління розвитком підприємства. - Харків: ХДЕУ, 2002. - 640 с.

Солодихін С.В. Моделювання процесів оподаткування промислових підприємств. - Донецьк : ДонНУ, 2006. - 62-73 с.

Тарангул Л.Л. Оподаткування та регіональний розвиток (теорія і практика) : монографія / Л.О Тарангул. - Ірпінь: Академія ДПС України, 2003. - 286 с.

УДК 327.658.155

П.П. Ковальчук

Вінницький національний аграрний університет

**РОЛЬ І МІСЦЕ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ У ПРИБУТКУ
ПІДПРИЄМСТВА**

P.P. Kovalchuk

ROLE AND PLACE FACTOR ANALYSIS IN COMPANY PROFITS

Діяльність підприємства, незалежно від форм власності та видів діяльності, визначається спроможністю створювати достатню і необхідну величину доходу (прибутку). Факторний аналіз дає змогу оцінити які показники (фактори) підприємства та в якій мірі впливають на його прибуток. Саме тому факторний аналіз займає важливе місце в системі фінансового аналізу.

На сьогоднішній день необхідною складовою господарювання є забезпечення рентабельності підприємства та одержання прибутку, які зумовлюють збільшення ринкової вартості підприємства.

Основою факторного аналізу є використання методичного прийому елімінування, що дозволяє відділити вплив кожного чинника на зміну результативного показника. Використовуючи цей метод, можна визначити вплив кожного фактора на прибуток від реалізації послуг на основі даних Південно-Західної залізниці локомотивного депо (вихідні дані запишемо до таблиці 1). Для аналізу використаємо електровози виду ЧС-4 та ЧС-8.

Таблиця 1.

Дані для факторного аналізу прибутку підприємства

Показник	2011 р.		2012 р.		Зміни	
	ЧС-4	ЧС-8	ЧС-4	ЧС-8	ЧС-4	ЧС-8
Кількість реалізованої продукції (послуги)	4185	2362	3420	2902	-765	540
Середня ціна реалізації, тис.грн.	9	11,79	10,28	10,33	1,28	-1,46
Доход (виручка) від реалізації продукції (послуги), тис.грн.	37690	27840	35170	29975	-2520	2135
Собівартість 1-ї продукції (послуги), тис.грн.	7,15	9,85	8,28	8,83	1,13	-1,2
Собівартість продукції (послуги), тис.грн.	29902	23261	28310	25617	-1592	2356
Валовий прибуток, тис.грн.	4023	2293	3953	2582	-70	289

1. Розраховуємо загальну зміну валового прибутку (ΔP):

$$\Delta P = P_1 - P_2 = \sum \Delta P_i,$$

де ΔP - зміна прибутку від реалізації продукції; P_1 – прибуток звітного року; P_2 – прибуток минулого року; i – фактори, що впливають на величину прибутку.

$$\Delta P = 3953 - 4023 = -70 \text{ тис.грн. (ЧС-4)}$$

$$\Delta P = 2582 - 2293 = 289 \text{ тис.грн (ЧС-8)}$$

Отже, валовий прибуток по ЧС-4 має негативну тенденцію, а ЧС-8 працює належним чином та приносить підприємству прибуток.

2. Вплив на прибуток відпускних цін на реалізовану продукцію (ΔP_1):

$$\Delta P_1 = N_1^p - N_{1,0}^p = \sum p_1 q_1 - \sum p_0 q_1,$$

де $\sum p_1 q_1$ - реалізація у звітному році в цінах звітного року; $\sum p_0 q_1$ - реалізація у звітному році в цінах минулого року; p – ціна продукції (послуги); q – кількість продукції (послуги).

$$\Delta P_1 = 10,28 * 3420 - 9 * 3420 = 4377,6 \text{ тис.грн. (ЧС-4)}$$

$$\Delta P_1 = 10,33 * 2902 - 11,79 * 2902 = -4236,92 \text{ тис.грн. (ЧС-8)}$$

Зауважимо, провівши факторний аналіз ми можемо оцінити якість прибутку підприємства. Збільшення прибутку можливе за таких умов: збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції (послуги); стимулювання працівників до праці; підвищення кваліфікації працівників; зменшення витрат на виробництво; модернізація виробництва тощо.

Вказані можливі шляхи удосконалення факторного аналізу для більш раціонального використання їх при управлінні фінансовими результатами діяльності підприємства.

Література:

1. Ганжа Ю. В. Міжнародна практика факторного аналізу прибутку підприємства / Ю.В. Ганжа // Економіка та держава. – 2007. – № 4. – С.35-36
2. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів / Г. В. Савицька. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2007. – 668 с.

УДК 338

О. С. Ковалюк

Львівський національний університет імені Івана Франка

**АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

O. S. Kovalyuk

**ANALYSIS OF THE INNOVATION COMPONENT OF THE
INVESTMENT ACTIVITY ENTERPRISE**

Динамічний розвиток України, перспектива стати повноправним членом європейського співтовариства залежать насамперед від освоєння інноваційної моделі економічного розвитку, обраної з урахуванням специфічних особливостей як країни в цілому, так і окремих суб'єктів господарської діяльності.

Однією з умов формування конкурентної стратегічної перспективи підприємства, є його інноваційна активність, так як саме інноваційний підхід дає можливість завоювати лідерські позиції на ринку, зберегти високі темпи розвитку, скоротити рівень витрат, добитися високих показників прибутку.

Організації різко підвищують вимоги до економічних вимірів і обґрунтувань прийняття рішень щодо інноваційних проектів, які можуть фінансуватись тільки після економічної оцінки кожного з можливих їх варіантів.

Для успіху інноваційно-інвестиційної діяльності слід також усвідомити інтереси підприємства-виробника інновації та інтереси споживачів, спрямовувати зусилля на покращення економічного стану споживачів інновацій, сприяти спеціалізації, створити налагоджену роботу команди [1].