

НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МІНЕРАЛЬНИХ ВОД

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Здійснено аналізу факторів, які слід враховувати при розподілі прибутку на підприємствах мінеральної галузі та визначено основні напрями розподілу та використання прибутку на підприємствах мінеральних вод.

Ключові слова: галузь мінеральних вод, прибуток, розподіл прибутку.

DIRECTIONS FOR USE OF PROFIT AT MINERAL WATER ENTERPRISES

Abstract

The analysis of the factors that should be taken into account when distributing profits at the enterprises of the mineral industry was carried out and the main directions for the distribution and use of profits at the enterprises of mineral waters were determined.

Keywords: mineral water industry, profit, profit distribution.

Розподіл прибутку на підприємстві є одним з найважливіших елементів його довгострокової діяльності, тому дослідження напрямів використання прибутку є важливим і актуальним. Проте створити універсальний механізм використання прибутку достатньо важко, адже кожна галузь та кожне підприємство галузі мають свої особливості роботи, що впливає на визначення пріоритетних напрямів фінансування господарської діяльності. Не є винятком в цьому і галузь мінеральних вод.

Метою дослідження є надання рекомендацій щодо пріоритетних напрямів розподілу прибутку для забезпечення ефективного фінансування підприємств мінеральних вод.

Для початку необхідно розглянемо суть поняття «прибуток». За визначенням Адама Сміта «прибуток – це частина вартості, що залишається після вирахування ренти та заробітної плати» [1, с. 96]. Іншими словами, прибуток, це те що залишається після того, як підприємець розраховується зі всіма витратами, які були понесені під час виробництва продукції

Сучасні вчені, зокрема С. Ф. Покропивний [3], Л. І. Шваб [4] та Н. М. Бондар [5] розглядають прибуток як частину виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу й комерційну діяльність підприємства. О. О. Гетьман та В.М. Шаповал вважають, що «прибуток являє собою різницю між ціною реалізації та собівартістю продукції (товарів, робіт, послуг), між обсягом отриманої виручки та сумою витрат на виробництво та реалізацію продукції» [6, с. 387]. Якщо ж порівняти останні 2 визначення між собою, то стає зрозуміло, що вони дуже схожі і визначають категорію «прибуток», як частину виручки від реалізації, що залишається у підприємства після сплати всіх необхідних витрат на його господарську діяльність.

Проте постає логічне питання, як саме можна витратити цей прибуток? Загальновідомо, що тримати кошти без чіткого призначення дуже не вигідно, тому що при цьому підприємство втрачає вигоду, яку можна було б отримати використовуючи наявні ресурси. Тому доцільно розглянути шляхи використання прибутку на підприємстві.

Організаційна форма підприємства спричинює певні особливості розподілу прибутку. Наприклад, якщо це акціонерне товариство, то при розподілі прибутку воно має формування фонди виплати дивідендів та резервного фонду в тих обсягах, що визначені законодавством. Розмір відрахувань до фонду виплати дивідендів залежить від передусім від таких факторів: обсягу та структури акціонерного капіталу, кон'юнктури фінансового ринку та типу дивідендної політики, яку акціонерне товариство.

Планування розподілу прибутку здійснюється в такому порядку:

- 1) визначення потреби у прибутку за напрямами його використання;
- 2) формування цільової структури розподілу прибутку;
- 3) визначення пріоритетності використанні прибутку за окремими напрямами діяльності підприємства;

4) збалансування потреби в прибутку за напрямками його використання залежно від можливостей його отримання при здійсненні господарської діяльності підприємства.

Розрахунок потреби в прибутку за напрямками його використання здійснюється за окремими елементами його складових:

- фінансуванням розвитку матеріально-технічної бази підприємства (передбачає авансування основного капіталу);
- фінансуванням приросту власних оборотних коштів (передбачає авансування власного оборотного капіталу);
- фінансовим резервом (передбачає формування фонду розвитку чи фонду регулювання цін);
- погашенням довгострокових і середньострокових кредитів банків;
- погашенням інших видів кредитних зобов'язань підприємства і виплатою відсотків за ними;
- придбанням кредитних зобов'язань, акцій інших підприємств;
- фінансуванням діяльності об'єднань, асоціацій, концернів й інших господарських структур, членом яких є підприємство;
- здійсненням соціального розвитку і заохоченням трудового колективу;
- виплатою дивідендів власникам підприємства;
- сплатою податків, інших обов'язкових платежів і внесків, передбачених законодавством.

Оцінка впливу перелічених факторів дозволяє здійснювати ранжування потреб у використанні прибутку при його формуванні.

Розглянуті напрями використання прибутку є універсальними, проте фокус, який слід здійснювати, має свої особливості залежно від галузі. У мінеральній галузі в Україні працюють в основному великі заводи, які мають достатньо велику кількість працівників, обсяги виготовлення продукції та значний капітал. Для визначення пріоритетних напрямів використання ними прибутку розглянемо внутрішнє та зовнішнє середовище їхньої діяльності.

Для початку розглянемо зовнішню ситуацію, яка склалася на вітчизняному ринку підприємств-виробників мінеральних вод (табл. 1).

Таблиця 1. Структура ринку мінеральної води України за виробниками

№	Виробник	Торговельні марки мінеральної води	Частка ринку, у %
1	IDS Group	«Моршинська», Аляска, Миргородська, «Боржомі», «Трускавецька», імпорт з Грузії мінеральної води «Боржомі»	30
2	Coca-Cola Beverages	«Воп Aqua»	16
3	Оболонь	«Прозора», «Оболонська»	6
4	Росинка	«Софія Київська»	5
5	Ерлан	«Два Океани», «Біола», «Каліпсо», «Знаменівська»	4

Виходячи з наведеної інформації стає зрозумілим, що на ринку існує досить напружена конкуренція. З табл. 1 бачимо, що об'єднання виробників контролюють 30 % ринку. Така ситуація свідчить, що для успішної роботи підприємство обов'язково має враховувати цей фактор і планувати використання коштів з метою покращення конкурентоспроможності.

Серед інших факторів, які мають суттєвий вплив на роботу підприємств мінеральної галузі, треба врахувати особливості збуту продукції, який зазвичай відбувається через магазини роздрібної торгівлі. Отже від стабільності роботи таких точок збуту багато в чому залежить успішність роботи підприємства, що виробляє мінеральну воду, що обов'язково слід враховувати при визначенні напрямів розподілу прибутку на підприємстві.

Підприємства-виробники мінеральних вод є досить незалежними в тому плані, що їхнє виробництво базується на видобутку води та її розливі, і тому в них немає тісної співпраці з іншими компаніями в частині закупки товарів для виробництва. Така відносна незалежність у частині створення продукту дає певне місце для маневру. Для успішного функціонування підприємства достатньо мати джерело води та власні засоби виробництва.

Звичайно, що на результати діяльності підприємств мінеральної води впливає стабільність економічної та політичної ситуації в країні, на яку вони не можуть здійснювати впливу, тому аотрібно вміння пристосовуватися до тих чи інших змін економічної та політичної ситуації.

Внутрішнє середовище підприємств, що займаються видобутком води, її очисткою та розливом залежить насамперед від стабільності та ефективності роботи обладнання, адже його зупинка зумовлює для підприємства найбільші економічні втрати. Таку ситуацію теж потрібно передбачати і, щоб

завчасно запобігти поломкам обладнання, треба виділяти кошти на його налагодження та ремонт.

Важливим фактором, що впливає на ефективність роботи підприємства є його працівники – робітники, управлінці, адміністративний персонал. Керівництво підприємства повинне проявляти турботу про них, що відобразатиметься на їх гарному ставленні до підприємства та сприятиме підвищенню ефективності праці і досягненню кращих результатів при виконанні ними поставлених завдань. Це обов'язково має бути враховано при визначенні напрямів розподілу прибутку підприємства.

Отже, при розподілі прибутку на підприємствах мінеральної галузі слід врахувати такі фактори: рівень конкуренція на ринку, залежність збуту продукції від точок роздрібною торгівлі мінеральною водою, економічну та політичну ситуацію в країні, технічний стан засобів виробництва та моральний і фізичний стан працівників компанії.

Зважаючи на зазначені фактори визначимо основними напрямками розподілу прибутку для підприємств мінеральних вод мають бути такі:

- фінансування приросту власних оборотних коштів, зокрема в частині витрат на збут. Ресурси слід спрямовувати на розширення бази точок збуту продукції підприємства, що окрім іншого сприятиме покращенню брэнда, позитивно відобразиться на конкурентоспроможності підприємства і його продукції в цілому;

- враховуючи нестабільну економічну ситуацію в Україні підприємство має бути готовим до різних потрясінь і для того, щоб зберегти стабільну роботу слід частину прибутку спрямовувати на створення резервних коштів, які будуть використані для подолання кризових ситуацій;

- фінансування розвитку матеріально-технічної бази підприємства. Ці кошти будуть витрачатися, як на удосконалення засобів виробництва так і на їх підтримку в робочому стані. Крім того, у випадку модернізації технологій виробництва можна поєднати цей пункт з попереднім та провести кампанію щодо інформування потенційних покупців про переваги продукції підприємства;

- фінансування соціального розвитку і заохоченням трудового колективу. Як було зазначено, колектив на підприємствах мінеральної галузі відіграє важливу роль як у виробництві так і у збуті продукції, тому дані кошти слід витратити на створення здорової атмосфери в колективі та особистий розвиток кожного окремого спеціаліста.

Наведені елементи використання прибутку є першочерговими для підприємств галузі мінеральних вод в цілому. Звичайно, що кожне підприємство має свої особливості функціонування і може вносити корективи залежно від ситуації, але при дотриманні наданих рекомендацій можна очікувати розвиток і зростання конкурентоспроможності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Адам С. Дослідження про природу і причини багатства народів. Київ: Ексмо, 2016. 1056 с.
2. Сей Ж. Б. Трактат по політичній економії. Київ: Справа, 2009. 232 с.
3. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства: Підручник. [2-ге вид. перероб та доп.]. К.: КНЕУ, 2001. 352 с.
4. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навч. посібник [4-те вид.]. К.: Каравела, 2013. 584 с
5. Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навч. посібник. К.: Видавництво А.С.К., 2014. 400 с.
6. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: Навч. посібник. К.: Центр навч. літератури, 2012. 488 с.
7. Пономаренко І. В. Аналіз ринку мінеральних вод в Україні. Інфраструктура ринку. 2018. № 25. С. 412–418.

Віталій Володимирович Зянько – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fk.zank@gmail.com

Zianko Vitalii V. – doctor of economics, Professor, Head of the Department of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: fk.zank@gmail.com

Владислав Олександрович Слюсар – аспірант, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: vladslyusar@gmail.com

Vlad A. Slyusar - Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: vladslyusar@gmail.com