

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КУРСОВА РОБОТА

З ДИСЦИПЛІНИ
“ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА”

на тему: «**МЕХАНІЗМ РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**»

(НА ПРИКЛАДІ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»)

Студентки II-го курсу групи Ма 02-22
першого(бакалаврського) рівня
освітньої програми “ Маркетинг і реклама”
зі спеціальності 075 Маркетинг
Мороз Богдани Романівни
Керівник: доц. к.е.н Глівінська Ю.В.

Національна шкала _____

Кількість балів:

Оцінка: ЄКТС _____

Члени комісії _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

КИЇВ - 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕХАНІЗМУ РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	4
1.1 Сутність та функції прибутку.....	4
1.2 Види та система механізмів розподілу прибутку на підприємстві.....	6
1.3 Особливості формування прибутку на підприємстві.....	7
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»	10
2.1 Загальна характеристика господарсько-фінансової діяльності підприємства АТ КБ «ПРИВАТБАНК».....	10
2.2 Основні напрямки розподілу і використання прибутку підприємства.....	13
2.3 Пропозиції щодо удосконалення механізму розподілу прибутком на підприємстві.....	17
ВИСНОВКИ	21
RESUME	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	27

ВСТУП

Актуальність дослідження механізму розподілу прибутку на підприємстві, особливо в контексті фінансової стабільності та ефективного управління, надзвичайно висока в сучасних умовах господарювання. Прибуток є ключовим показником фінансового успіху підприємства, а його розподіл визначає його подальшу стратегію розвитку, спрямованість і соціальну відповідальність.

Метою даної роботи є дослідження сутності, функцій та механізму розподілу прибутку на підприємстві. Це дозволить зрозуміти процеси формування та використання прибутку в умовах сучасного бізнесу, а також розглянути практичний аспект розподілу прибутку на прикладі конкретного підприємства АТ КБ «Приватбанк».

Об'єктом дослідження є процес розподілу прибутку на підприємстві, а **предметом** – практика розподілу прибутку на прикладі конкретного підприємства АТ КБ «Приватбанк».

Завдання роботи включають в себе детальний аналіз теоретичних аспектів сутності прибутку, видів та системи механізмів його розподілу, а також проведення аналізу практики розподілу прибутку на прикладі АТ КБ «Приватбанк». Додатково, робота спрямована на формулювання пропозицій щодо вдосконалення механізму розподілу прибутку на підприємстві.

Для досягнення поставлених цілей та вирішення завдань в роботі будуть використані наступні методи: наукові, зокрема, аналіз, узагальнення, порівняння, теоретичне узагальнення, а також метод емпіричного дослідження на основі статистичних даних та фінансової звітності АТ КБ «Приватбанк».

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕХАНІЗМУ РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1 Сутність та функції прибутку

На сучасному етапі розвитку економіки України, в умовах фактичної самостійності суб'єктів господарювання, все більшого значення набуває реалізація принципу госпрозрахунку та фінансової незалежності. Основною складовою реалізації цих принципів є генерування значного обсягу фінансових результатів, які разом із повним циклом діяльності компанії є передумовою для наступного циклу. Найважливішим аспектом успішного бізнесу є прибуток, який є кінцевим результатом усієї підприємницької діяльності та являє собою збільшення активів їх власників.

Величина прибутку демонструється прямим зв'язком між усіма сторонами діяльності суб'єкта господарювання: технологією та організацією виробництва, внутрішньою та зовнішньою системою управління, діяльністю, що визначає якість та обсяг виробленої продукції, собівартістю та ціною, стан продуктивності праці тощо. Крім того, першочергова роль прибутку полягає в поповненні державного бюджету, стимулюванні інвестиційного інтересу та підвищенні ділової активності компаній у будь-якій сфері економіки (Брадулов, Ординський, 2020).

Уся сукупність факторів обумовлює прибуток як головну рушійну силу ринкової економіки та першоджерело економічного і соціального прогресу підприємства в цілому і держави в цілому. Підвищена важливість прибутку також зумовлена чинною системою розподілу: власники більш зацікавлені у збільшенні загального прибутку, а також тієї частини, яка залишається компанії та використовується для сприяння промислового та соціального розвитку,

фінансове стимулювання працівників поки вони на роботі, це також спосіб підкріпити їхню відданість компанії. Підвищення фінансових результатів компанії пояснюється інтересами її співробітників, які хочуть збільшити свій дохід, розділяючи прибуток. Також держава зацікавлена у збільшенні прибутковості суб'єктів господарювання, оскільки більшість фінансових ресурсів держави, регіональних та місцевих посадових осіб отримують за рахунок відрахування прибутку до бюджету.

Як наслідок, темпи економічного та інноваційного розвитку країни, окремих регіонів, зростання суспільного багатства і, зрештою, зростання рівня життя населення вказують на збільшення податків, що сплачуються до бюджетів.

Враховуючи цілі рентабельності з точки зору їх використання для досягнення економічного розвитку суб'єктів господарювання, доцільно виділити соціальне призначення, яке сприяє реалізації програм соціального захисту працівників і всього суспільства (Брадулов, Ординський, 2020).

Першочерговим завданням управління прибутком у контексті виконання соціальної функції є збалансування інтересів власників, держави, найманого персоналу та населення в цілому щодо розподілу прибутку та визначення найбільш пріоритетних напрямів його використання.

Як наслідок, створення на підприємстві системи управління прибутком, спрямованої на оцінку, розподіл і стимулювання функції прибутку, дозволить підприємству збільшити свою виручку при збереженні економічного зростання кожної окремої економічної складової за рахунок підвищення ефективності та відповідальності кожного окремого структурного компонента за результати їх роботи. Успішне виконання бізнесом соціальної ролі є запорукою добробуту як власників, працівників, так і суспільства в цілому. Крім того, підвищується соціальна відповідальність бізнесу (Вартанова, 2019).

1.2 Види та система механізмів розподілу прибутку на підприємстві

Загальна картина механізмів розподілу прибутку на підприємстві відображає складні та взаємопов'язані процеси, що детально вивчаються в контексті економічних теорій та практичних досліджень. Основна мета такого розподілу полягає в забезпеченні ефективної діяльності підприємства, задоволенні потреб всіх зацікавлених сторін та максимізації загального результату.

Перед усім, варто зазначити, що механізми розподілу прибутку на підприємстві можуть значно відрізнитися в залежності від його форми власності, ринкових умов, стратегій управління та інших факторів. Наприклад, у підприємств з державною власністю часто спостерігається більш значний вплив держави на розподіл прибутку через податкову та бюджетну політику, порівняно з приватними чи корпоративними структурами (Виноградова, 2021).

Одним із найважливіших механізмів розподілу прибутку є дивідендна політика, яка визначає частку прибутку, яка виплачується акціонерам. Цей механізм відображає баланс між реінвестуванням прибутку в розвиток підприємства та виплатою частини його власникам. При цьому враховуються як потреби в залученні капіталу, так і очікування інвесторів щодо отримання прибутку у вигляді дивідендів.

Інший важливий механізм – це система преміювання працівників, що базується на результативності та внеску кожного працівника у загальний успіх підприємства. Ця система може включати різноманітні форми винагороди, такі як бонуси, опції на акції, пакети акцій тощо. Ефективне використання цього механізму сприяє мотивації персоналу до досягнення високих результатів та стимулює їхню працездатність (Виноградова, 2021).

Також важливою складовою системи розподілу прибутку є рішення щодо реінвестування прибутку в підприємство. Це може включати розширення виробничих мощностей, впровадження нових технологій, розвиток маркетингових програм тощо. Ефективне реінвестування прибутку дозволяє забезпечити стаке зростання підприємства та збільшення його конкурентоспроможності на ринку.

У цілому, механізми розподілу прибутку на підприємстві відображають складні взаємозв'язки між різними групами зацікавлених сторін та вимагають уважного аналізу та планування з боку керівництва. Ефективне використання цих механізмів сприяє досягненню стійкого розвитку підприємства та максимізації його соціально-економічного впливу.

1.3 Особливості формування прибутку на підприємстві

Формування прибутку на підприємстві є як складним процесом, так і ключовим аспектом корпоративної стратегії, оскільки воно визначає успішність підприємства, його конкурентоспроможність та здатність до забезпечення сталого розвитку. Ця тема викликає значний інтерес у дослідників, оскільки її розуміння необхідне для розробки оптимальних стратегій управління та прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Прибуток підприємства визначається як різниця між загальними доходами та загальними витратами. Це включає доходи від реалізації продукції або послуг, вартість виробництва, адміністративні та операційні витрати, податки та інші фактори. Однак, процес формування прибутку на підприємстві має свої властивості та особливості, які варто ретельно проаналізувати.

Перш за все, необхідно зазначити, що формування прибутку відбувається в умовах невизначеності та ризику. Ринкові умови, конкуренція, змінність

вартості ресурсів та інші фактори можуть суттєво впливати на доходи та витрати підприємства. Така невизначеність вимагає від управлінців не лише стратегічного бачення, а й гнучкості та здатності до швидкої реакції на зміни в умовах ринку.

Другим ключовим аспектом формування прибутку є збалансованість між внутрішніми та зовнішніми факторами. Внутрішні фактори, такі як ефективність виробництва, оптимізація витрат, керування ресурсами та персоналом, відіграють важливу роль у максимізації прибутку. З іншого боку, зовнішні фактори, такі як економічні та політичні умови, законодавство, конкуренція та технологічні зміни, також мають великий вплив на прибуток підприємства.

Для забезпечення ефективного формування прибутку на підприємстві необхідно враховувати різні сторони управління, включаючи фінансовий менеджмент, стратегічне планування, управління ризиками та інноваціями. Крім того, необхідно встановити чіткі цілі та стратегії, щоб забезпечити спрямованість усіх дій на досягнення найкращих фінансових результатів (Головкіна, 2014)

Важливо враховувати роль інновацій у формуванні прибутку. Інновації можуть забезпечити підприємству конкурентну перевагу, що в свою чергу призводить до збільшення доходів та підвищення прибутку. Інвестиції в дослідження та розвиток нових продуктів, технологій чи процесів можуть стати джерелом інноваційного прибутку, який дозволяє підприємству відзначитися на ринку та забезпечити його стабільний розвиток у майбутньому.

Необхідно звернути увагу на важливість сталого розвитку для формування прибутку. В сучасному світі, де споживачі стають все більш освіченими щодо екологічних та соціальних питань, підприємства повинні враховувати екологічні та соціальні аспекти у своїх бізнес-процесах. Ефективне управління екологічними ризиками, зменшення відходів та енергоефективність можуть не лише знизити витрати підприємства, але й створити додаткові можливості для

прибутковості через підвищення лояльності споживачів та доступ до нових ринків.

Варто відзначити важливість аналізу та контролю за даними для ефективного формування прибутку (Гуменна, 2016). В сучасному цифровому світі, де дані вважаються одним із найцінніших ресурсів, вміння аналізувати великі обсяги даних та отримувати з них цінні інсайти може бути вирішальним для успіху підприємства. Відповідна аналітика дозволяє виявляти нові можливості для оптимізації процесів, збільшення ефективності та виявлення нових шляхів збільшення прибутку.

У підсумку, формування прибутку на підприємстві є складним та багатогранним процесом, який вимагає уваги до багатьох деталей та факторів. Розуміння цих особливостей є важливим для розробки ефективних стратегій управління та досягнення успіху в сучасному бізнес-середовищі.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

2.1 Загальна характеристика господарсько-фінансової діяльності підприємства АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

АТ КБ «ПриватБанк» існує з 1992 року і є провідним банком банківської системи України. Дослідження CBR Ukraine 2020 показало, що понад 60% людей віком від 16 років беруть участь у діяльності ПриватБанку. АТ КБ «ПриватБанк» вважається одним із найбільш інноваційних банків світу. Прикладом тому є те, що понад 10 років тому ПриватБанк першим застосував у своїй діяльності генератори одноразових паролів (Діброва, 2017).

Останніми інноваціями, які привернули увагу в усьому світі, є такі додатки, як міні-платіжний термінал, який використовує коди QR для доступу до онлайн-банкінгу, онлайн-транзакцій та інших мобільних додатків. Стратегія банку полягає у сприянні зростанню та трансформації в банк, який вибірково обслуговуватиме як фізичних осіб, так і середній бізнес. Корпоративна поведінка ПриватБанку базується на концепції легітимності, прозорості, компетентності та поваги прав та інтересів клієнта, а також збереження прибутковості та стабільності банку. Принципи та цінності, пов'язані з Приватбанком, наведені в табл. 2.1.

Керівництво банку:

- Вищі менеджери або інвестори беруть участь у процесі приватизації та захищають права та інтереси акціонерів.

- Наглядова рада ПриватБанку здійснює стратегічне управління діяльністю банку, контролює роботу ради директорів, відповідає за захист інтересів

акціонерів. Ефективне лідерство – це стиль спілкування лідера з вищим керівництвом (Домашева, 2016).

- Керівництво банку. Спостерігає за поточною діяльністю банку та несе відповідальність перед вищим органом влади та наглядовою радою.

Таблиця 2.1

АТ КБ «Приватбанк»

Принцип	Опис
Інтегритет	Банк дотримується законодавства та етичних стандартів, завжди виконує свої зобов'язання та береже свою репутацію.
Якість послуг	Основний успіх визначається якістю обслуговування та послуг. Покращення рівня обслуговування клієнтів - головне завдання всіх працівників банку.
Розвиток персоналу	Банк створює умови для сприятливого спілкування, здорового робочого середовища та індивідуального професійного зростання персоналу відповідно до законодавства.
Фінансові показники	Ключові фактори успіху - це спрямованість на клієнта та здійснення прибуткових банківських операцій.

До складу управління АТ КБ «ПриватБанк» входять усі необхідні органи, які створюють цілісну ефективну систему: акціонери, наглядова рада, ревізійна комісія, внутрішні аудитори та зовнішні аудитори. Розподіл повноважень між наглядовими органами та способи взаємодії цих органів зі статутом банку та правилами, що стосуються наглядового органу, базуються на статуті документа та правилах, що стосуються наглядового органу.

Джерелами фінансування Банку є (Дрокіна, 2018):

- включає як статутний капітал, так і резервний фонд. З урахуванням фінансових втрат минулого року, спричинених діями попередніх благодійників, банк має загальну заборгованість, яка фінансується за рахунок капітальних внесків з 2017 року.

- до кінця 2022 року понад 75% коштів клієнта були диверсифікованими і переважно склалися з фізичних осіб. Через низьку концентрацію клієнтської

бази банк має солідну поточну заборгованість, що зменшує витрати витратних ресурсів у порівнянні з іншими банками.

Розглядаються кошти та зобов'язання грошового ринку, пов'язані з операціями на грошовому ринку, а також операції РЕПО на міжбанківському ринку. У своїй стратегії управління ліквідністю ПриватБанк не покладається на ці ресурси, натомість він використовує їх лише у виняткових ситуаціях і в обмеженій мірі.

Політика менеджменту ПриватБанку спрямована на ефективне управління ресурсами та покращення фінансових показників, крім збільшення вартості активів. На рис. 2.1 показано розподіл активів ПриватБанку. У зв'язку з цим однією з найважливіших частин корпоративного управління є постійне затвердження, перегляд та розробка стратегій, а також визначення пріоритетних напрямів діяльності як окремих підрозділів, так і всього банку.

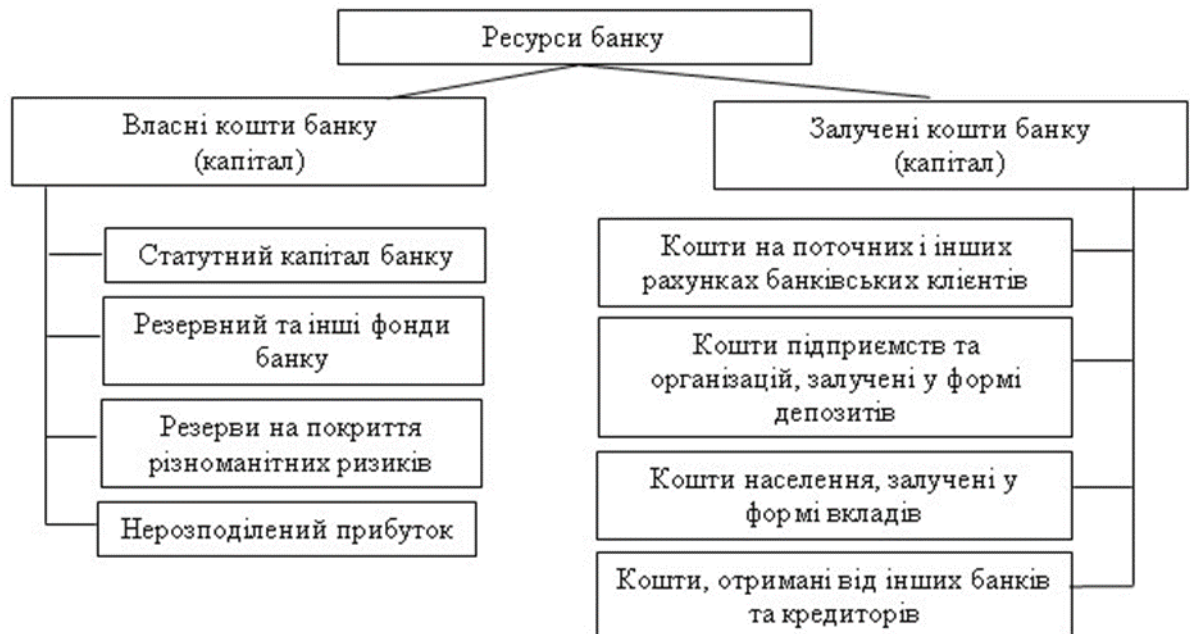


Рис. 2.1. Класифікація ресурсів ПриватБанку

Особливою в спеціалізованому управлінні компанією є діяльність фінансів. Від цього в першу чергу залежить своєчасність і повнота фінансового забезпечення виробничо-господарської діяльності та розвитку підприємства, а також виконання фінансових зобов'язань перед державою та іншими суб'єктами господарювання. Фінансуванню ПриватБанку сприяють продаж простих і привілейованих акцій, випуск облігацій, цінних паперів, які можуть бути конвертовані в акції (конвертовані облігації), опціонів, що дозволяють придбати акції.

2.2 Основні напрямки розподілу і використання прибутку підприємства

Основною складовою доходу банку є сукупний дохід, отриманий за час його діяльності. Доходи є основою для розширення банківських послуг. Дохід банку в основному отримується від покриття витрат, пов'язаних з банківською діяльністю установи (Занора, 2018)

Дохід АТ КБ «ПриватБанк» складається як з процентної, так і з непроцентної складових. Термін процентний дохід використовується для характеристики: процентного доходу за грошима, що зберігаються в НБУ; за потреби, для короткострокових вкладів; для внесків у питання процентний дохід за облігаціями та вексями, а також овердрафти та купони є прикладами процентного доходу.

Дохід від банківських рахунків, який не є відсотковим, називається непроцентним доходом. Він охоплює доходи, отримані від комісійних, в яких бере участь банк, платіжних і казначейських послуг, операцій з іноземною валютою, операцій з цінними паперами, а також інші доходи, які безпосередньо не пов'язані з основною діяльністю банку (доходи, отримані від продажу нематеріальних активи, фінансові інвестиції або аудиторські послуги).

Джерелом додаткової діяльності, яку проводить банк, є прибуток, в якому беруть участь тільки гроші та їх різні форми, що обмежує ризик, пов'язаний з роботою банку. Таблиця 2.2 ілюструє еволюцію фінансових показників АТ КБ «ПриватБанк» за період 2019-2022 рр.

Таблиця 2.2

**Динаміка фінансових показників АТ КБ Приватбанку за період
2019- 2022 рр.**

Показник	2019	2020	2021	2022	Абсолютне відхилення 2022/2019	Темп росту 2022/2019
Грошові кошти в касі	19519	20 774	21027	25070	5551	1.61
Грошові кошти на рахунку в НБУ	8525	5 549	5957	11456	2931	1.51
Залишок на рахунку та о.р. в ЦБ Кіпру	1402	1 838	1626	2065	663	0.93
України	4	4	1	-	-	0.01
ОЄСР	16393	21 664	24136	58100	41707	1.56
Всього грошові кошти та їх еквіваленти	45 894	49 911	52835	96380	50486	1.52

Як видно з наведеної вище таблиці, у загальному звіті організації зазначено, що позитивні сторони цих показників, зокрема обсяг готівки в касі, який збільшився на 5,551 млн. грн, є очевидними. За 2019-2022 роки середній темп приросту становив 1,61, що є індикатором грошей на рахунку НБУ, а позитивні тенденції характерні для окремого періоду, в середньому 2,931 млн. грн, що в середньому темпі приросту становить 1,51. Показник наявності балансового рахунку та о.р. ЦБ Кіпру за 2019-2022 рр. приріст обсягу склав 663 млн грн, темп зростання 0,93.

Важливо відзначити, що за останні 5 років загальний прибуток АТ КБ «ПриватБанк» зріс більш ніж у 8 разів. Розмір чистого прибутку банку за 2020 зменшився в порівнянні з 2019 роком на 8,4 млрд грн. (рис. 2.2.)

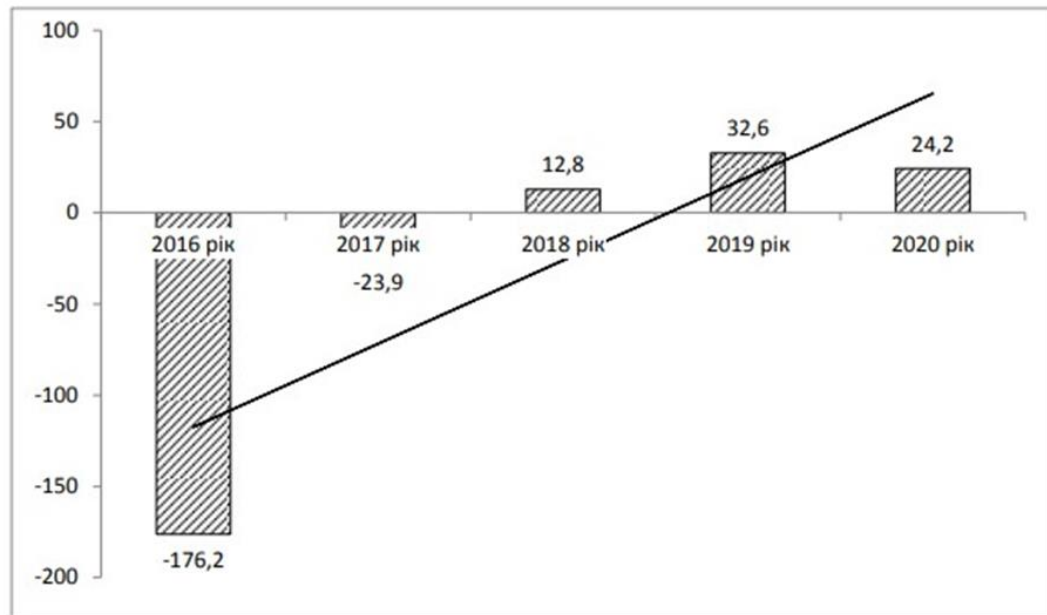


Рис. 2.2. Чистий прибуток (збиток) ПриватБанку за 2016-2020 рр, млрд. грн.

Загальний дохід банку збільшився за рахунок збільшення процентних доходів та доходів від комісій (рис. 2.3). Загальний комісійний дохід АТ КБ «ПриватБанк» з часом зріс, у 2020 році очікується 27,6 млрд, тоді як у 2019 році він становив 24,6 млрд. Дохід від комісії в основному отримується від підвищення банківських комісій і суми грошей, яку сплачують клієнти. Результати аукціонів базуються в першу чергу на валютних операціях, які в 2020 році становлять 3,1 млрд грн. Крім того, банк половину доходів ділить на зовнішні фактори. У світовій економіці та економіці України відбулося кілька змін, які підвищили вартість облігацій у процесі націоналізації. Це призвело до збільшення статутного капіталу фінустанов країни. В результаті цієї переоцінки ПриватБанк придбав 16 мільярдів доларів у 2020 році. І навпаки, це також має ефект пом'якшення негативного впливу коливань обмінного курсу на банк, що призвело до збитків у 7,5 мільярдів гривень у 2020 році.

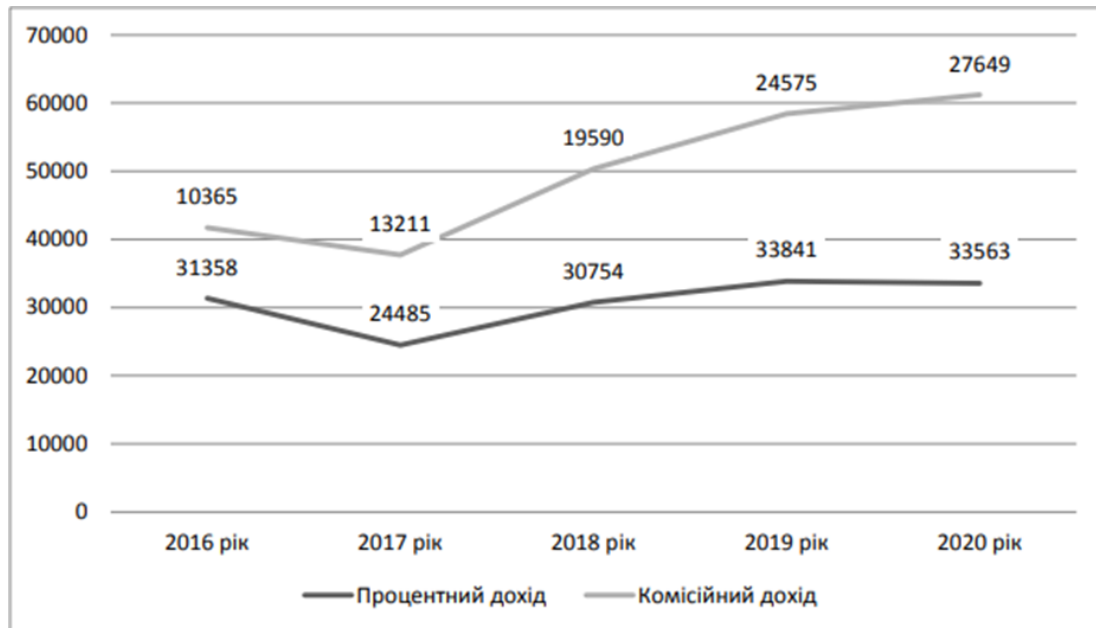


Рис.2.3. Динаміка процентного та комісійного доходів АТ КБ «ПриватБанк» за 2016-2020 рр, млн. грн.

У 2020 році АТ КБ «ПриватБанк» зберіг позиції вагової ланки банківської галузі України, як за кількістю клієнтів, які вважають ПриватБанк великим, так і за фінансовими показниками. І навпаки, максимізація прибутку при мінімізації витрат не є основною метою банку. Його основна мета – забезпечити довгострокову життєздатність бізнес-моделі компанії. Така стабільність і послідовне зростання банку пояснюється збільшенням кількості активних клієнтів.

Таким чином, дохід АТ КБ «ПриватБанк» складається як з процентної, так і з непроцентної складових. Доходи банку в основному утворюються за рахунок збільшення процентних доходів і доходів від комісій, обидва з яких вважаються найважливішими джерелами доходу.

2.3 Пропозиції щодо удосконалення механізму розподілу прибутком на підприємстві

У сучасному світі банківської діяльності, де конкуренція та ризики надзвичайно високі, ефективне управління прибутком є надзвичайно важливим для забезпечення стабільності та успішності підприємства. ПриватБанк, один із провідних банків в Україні, не є винятком.

Виділимо основні пропозиції щодо удосконалення механізму розподілу прибутком:

1. Роль прозорості та відкритості в механізмі розподілу прибутку: наукові дослідження підтверджують, що прозорість та відкритість в управлінні фінансами сприяють підвищенню довіри зацікавлених сторін та підвищенню ефективності прийняття управлінських рішень. ПриватБанк повинен ретельно розробити та впровадити механізми забезпечення прозорості в розподілі прибутку, щоб забезпечити розуміння та підтримку з боку акціонерів, клієнтів та регуляторних органів.

2. Важливість розвитку системи інцентивів: наукові студії показують, що системи інцентивів можуть значно впливати на мотивацію працівників та їхню продуктивність. ПриватБанк має провести науково обгрунтований аналіз та розробити систему інцентивів, яка б стимулювала працівників до досягнення фінансових цілей банку та підвищення його конкурентоспроможності.

3. Потреба у збалансованому підході до розподілу: наукові дослідження підтверджують, що збалансований підхід до розподілу прибутку, який враховує інтереси різних зацікавлених сторін, може сприяти стійкості та успішності підприємства. ПриватБанк повинен використовувати наукові методи для розробки оптимального механізму розподілу прибутку, що забезпечить

збалансований підхід до задоволення інтересів акціонерів, клієнтів та співробітників.

4. Інвестиції у розвиток як ключовий фактор успіху: наукові дослідження підтверджують, що інвестиції у розвиток є ключовим фактором успіху підприємства в умовах постійної зміни та розвитку. ПриватБанк має приділяти особливу увагу науковому аналізу та вибору оптимальних напрямків інвестицій, що сприятимуть підвищенню його конкурентоспроможності та забезпеченню сталого розвитку.

Основними джерелами фінансування діяльності АТ КБ «ПриватБанк» є власні кошти, кошти фізичних та юридичних осіб, а також кошти, залучені на внутрішньому та зовнішньому ринках капіталу. АТ КБ «ПриватБанк», як правило, користується недбалістю власника та капіталізує отриманий прибуток. У разі необхідності регулювання ліквідності емітент залучатиме додатковий капітал для участі на внутрішньому та зовнішньому ринках залежно від поточного стану ринку та вартості ресурсів.

Невід'ємною частиною цього напрямку роботи є аналіз фінансової діяльності банку. Щоденні розрахунки банком нормативів ліквідності базуються на визначенні Національного банку України. Основні правові показники АТ КБ «ПриватБанк» на найближчі три роки наведені в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Динаміка основних нормативів АТ КБ «ПриватБанк» за 2021-2023 рр.,%

Показники	Нормативне значення	2021	2022	2023
Норматив адекватності регулятивного капіталу	Понад 10%	2,10	17,33	17,46
Норматив миттєвої ліквідності	Понад 20%	63,52	32,47	43,46
Норматив поточної ліквідності	Понад 40%	147,43	155,54	141,98
Норматив короткострокової ліквідності	Понад 60%	73,83	99,76	97,74

Найбільш ефективні стратегії підвищення ефективності грошово-кредитної діяльності АТ КБ.

«ПриватБанк» визначається як: проведення постійного опитування; вивчення фінансового стану компанії та її конкуренції з метою виявлення будь-яких потенційних негативних наслідків для фінансової ситуації. Фінансова звітність банку свідчить, що процентні витрати є найбільшою складовою витрат АТ КБ «ПриватБанк». Важливо визнати аналіз структури доходів і витрат АТ КБ, це допоможе покращити фінансові результати банку. Зокрема, банк повинен зосередитися на таких аспектах: збільшення доходів за рахунок надання банку нетрадиційних фінансових послуг; знизити витрати на постачання та зменшити витрати на послуги.

Ефективність управління прибутком АТ КБ «ПриватБанк» вимірювалася за такими показниками: рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, норма чистого прибутку. Основним показником рентабельності та інших показників рентабельності для АТ КБ «ПриватБанк» є збільшення капіталізованих зобов'язань банку, що є одним із найдоступніших способів фінансування; по-друге, зміна власного капіталу комерційного банку в першу чергу відповідає за зміну методології аналізу інших факторів; по-третє, суттєві зміни інших показників, що описують економічний ефект від банківської діяльності, не можуть відбутися без збільшення обсягу капіталу.

З дотриманням цих пропозицій можуть виникнути труднощі, оскільки необхідно вибрати найбільш вигідні стратегії для заробітку грошей і необхідні стратегії для дотримання правил фінансового законодавства компанії. Крім того, важливо розуміти, що очі клієнта сприймають надійний банк як банк, здатний вчасно повернути гроші та окупити інвестиції грошей, а для акціонерів — виплату дивідендів, а також підвищення курсу акцій банку. Спосіб походження

платежу описується як дохід, таким чином трастовий банк вважається бенефіціаром платежу та отримуватиме постійний дохід з часом.

Таким чином, першочерговим напрямком підвищення прибутковості в АТ КБ «ПриватБанк» є проведення послідовного дослідження ринку, оцінка фінансового стану компанії відносно ринку та виявлення потенційних негативних наслідків для фінансової діяльності. ситуації та шукати нових потенційних клієнтів.

ВИСНОВКИ

Прибуток є одним із основних способів заробітку. Це один із найважливіших інструментів у загальній системі контролю цін і калькуляції, а також каталізатор розвитку ринку. Прибуток – це відповідь на три важливі питання, які залежать одне від одного: що продавати, як це продавати і кому це продавати. Стратегія отримання доходу – це метод планування, організації, вивчення та моніторингу витрат і доходів компанії.

Багато різних факторів впливають на розмір прибутку компанії. Основою таксономії факторів доходу є розрізнення внутрішніх і зовнішніх факторів. Внутрішні фактори є найважливішими складовими прибутковості компанії, ці фактори можна змінювати безпосередньо. Їхнє широке дослідження є основою для прийняття рішень щодо управління доходами.

Метод розрахунку прибутку для підприємства є, як наслідок, прямим і економічним. Розподіл прибутку – це метод скорочення бюджету, при цьому оплачуючи витрати бізнесу.

Робота фінансів є унікальною в спеціалізованому управлінні корпорацією. Це в першу чергу залежить від своєчасності та повноти фінансового забезпечення виробничо-господарської діяльності та розвитку підприємства, а також сплати фінансових зобов'язань перед державою та іншими суб'єктами господарювання. Фінансування ПриватБанку підтримується типовим продажем звичайних і привілейованих акцій, випуском облігацій, цінних паперів, які можна конвертувати в акції (конвертовані облігації), опціонів, що дозволяють купувати акції.

Дохід АТ КБ «ПриватБанк» складається як з процентної, так і з непроцентної складових. Доходи банку в основному утворюються за рахунок

збільшення процентних доходів і доходів від комісій, обидва з яких вважаються найважливішими джерелами доходу.

Основною стратегією підвищення прибутковості АТ «ПриватБанк» є послідовне дослідження ринку, оцінка фінансового стану компанії відносно ринку та визначення того, чи несе це загрозу для фінансів компанії чи залучає нових клієнтів.

РЕЗЮМЕ

Метою роботи було узагальнити теоретичні знання про прибуток, потім дослідити розподіл прибутку на прикладі АТ КБ «ПриватБанк». Відповідно до поставленої мети в першому розділі були розглянуті такі питання:

У цьому звіті підсумовано основну мету та значення доходу компанії.

- фактори, що впливають на формування прибутку підприємства.
- Процес нарахування та виплати доходу підприємства.

Зрештою, першочерговою складовою прибутку є оцінка ефективності кожної складової бізнесу, оцінка включає в себе всі аспекти існування компанії. У ринкових умовах прибуток є основним джерелом фінансування всіх фінансових ресурсів компанії. Розмір прибутку базується на фінансових результатах компанії і є основним джерелом фінансування розвитку компанії, удосконалення бази та створення нових технологій. Усе це вважається інвестиціями.

Створення доходу залежить від сфери діяльності підприємства, виробничого обладнання, форми власності та конкурентного середовища. Крім того, фінансово-господарська діяльність підприємства залежить від обліку фінансових результатів. Основними факторами, які впливають на прибутковість, є:

- Загальний обсяг реалізації продукції (обсяг виробництва, баланс продукції, кон'юнктура ринку, ринки збуту);
- механізм реалізації (кон'юнктура ринку, ринки збуту);
- витрати на 1 грн. реалізованої продукції (вартість окремих виробів, ціна матеріалів).

Основні підходи до розрахунку прибутку від реалізації продукції: прямий розрахунок, який базується на собівартості години виробництва, та економічний

метод (аналітичний). Розподіл прибутку - це метод скорочення бюджету, при цьому оплачуючи витрати бізнесу. Відповідно до закону, розподіл прибутку обмежується частиною, яка закладена в бюджет усіх рівнів влади, включаючи податки та інші необхідні платежі.

Таким чином, АТ КБ «ПриватБанк» є найбільшим банком країни за розміром активів і має найбільшу кількість клієнтів банківського обслуговування споживачів в Україні, зареєстрований 19 березня 1992 року. Призначений для обслуговування як фізичних, так і організаційних клієнтів усіх форм власності, входить до системи банків України, має найбільший розмір капіталу та вважається найбільшим значний.

Дохід АТ КБ «ПриватБанк» складається як з процентної, так і з непроцентної складових. Процентний дохід – це дохід, отриманий від сплати процентів за капіталізованими зобов'язаннями від НБУ, а також за обов'язковими короткостроковими депозитами в НБУ, за депозитами до запитання, процентними доходами за депозитами в інших банках, а також довгостроковими та короткостроковими. строкові кредити та облігації.. Непроцентні доходи: доходи від операцій з банками, які не є процентними; платіжно-казначейське обслуговування; валютні операції; за операціями з цінними паперами; результати діяльності, а також інші надходження з банківських або небанківських джерел.

Основними стратегіями АТ КБ «ПриватБанк» для підвищення прибутковості є: постійне дослідження ринку, аналіз фінансового стану компанії та потенційних негативних наслідків для фінансів, а потім прийняття рішення про подальші дії. Це також зростання доходів за рахунок діяльності банку по просуванню нетрадиційних фінансових послуг і зниження витрат і витрат.

RESUME

The purpose of the paper was to summarize theoretical knowledge about profit, and then to study the distribution of profit on the example of JSC CB PrivatBank. In accordance with this goal, the first section addressed the following issues:

This report summarizes the main purpose and significance of a company's income.

- Factors influencing the formation of company's profit.
- The process of accrual and payment of company income.

Ultimately, the primary component of profit is the assessment of the effectiveness of each component of the business, the assessment includes all aspects of the company's existence. In market conditions, profit is the main source of financing for all financial resources of the company. The amount of profit is based on the company's financial results and is the main source of funding for the company's development, improvement of the base and creation of new technologies. All this is considered an investment.

The generation of income depends on the company's field of activity, production equipment, form of ownership and competitive environment. In addition, the financial and economic activities of the company depend on the accounting of financial results. The main factors that affect profitability are:

- Total sales volume (production volume, product balance, market conditions, sales markets);
- sales mechanism (market conditions, sales markets);
- costs per UAH 1 of products sold (cost of individual products, price of materials).

The main approaches to calculating profit from sales are direct calculation based on the cost of an hour of production and the economic method (analytical). Profit

sharing is a method of reducing the budget while paying for business expenses. According to the law, profit sharing is limited to the part that is included in the budget of all levels of government, including taxes and other necessary payments.

Thus, JSC CB “PrivatBank” is the largest bank in the country by assets and has the largest number of consumer banking clients in Ukraine, registered on March 19, 1992. It is intended to serve both individuals and organizational clients of all forms of ownership, is a member of the Ukrainian banking system, has the largest capital and is considered the most significant.

The income of JSC CB PrivatBank consists of both interest and non-interest components. Interest income is income earned from interest payments on capitalized liabilities from the NBU, as well as on mandatory short-term deposits with the NBU, demand deposits, interest income on deposits with other banks, as well as on long-term and short-term loans and bonds. Non-interest income: income from non-interest bearing transactions with banks; payment and treasury services; foreign exchange transactions; securities transactions; performance results, as well as other income from banking or non-banking sources.

The main strategies of JSC CB PrivatBank to increase profitability are: constant market research, analysis of the company's financial condition and potential negative consequences for finances, and then making a decision on further actions. It also includes increasing revenues through the bank's activities to promote non-traditional financial services and reducing costs and expenses.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брадулов П. О., Ординський В. І. (2020). *Стратегія застосування інструментів Інтернет-маркетингу для B2B сектора*. Бізнес Інформ. № 8.
2. Брадулов П. О., Ординський В. І. (2020). *Формування системи Інтернет-маркетингу в сфері інформаційних технологій*. Проблеми системного підходу в економіці. № 3.
3. Вартанова О. В. (2019). *Маркетингові Інтернет-технології просування товарів і послуг*. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. № 4.
4. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І. (2020) *Методичні підходи до оцінювання інтегрованого Інтернет-маркетингу підприємств*. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. Вип. 43.
5. Виноградова О. В. (2021) *Своя стратегія в маркетинговій діяльності туристичного підприємства*. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. № 2.
6. Головкіна Н. В. (2014). *Рекламні стратегії дослідження існуючих підходів до розробки міжнародних компаній*. Маркетинг в Україні. № 5.
7. Гуменна О.В. (2016) *Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі інтегрованих маркетингових комунікацій*. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. Вип. 1.
8. Діброва Т. Г. (2017). *Створення ефективного рекламного звернення з погляду маркетолога*. Маркетинг в Україні. № 6.
9. Домашева Є. А., Зозульов О. В. (2016). *Підходи до оцінювання ефективності маркетингових Інтернет-комунікацій*. Економічний вісник

Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». № 13.

10. Дрокіна Н. І. (2018). *Інструменти бізнес-аналітики для візуалізації маркетингових даних*. Причорноморські економічні студії. Вип. 26(1).

11. Дрокіна Н. І. (2018) *SEO-оптимізація сайту підприємства як інструмент Інтернет-маркетингу*. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Вип. 19(1).

12. Занора В. О. (2018). *Інтернет та цифровий маркетинг: теоретичні основи*. Причорноморські економічні студії. № 36.

13. Зеліч В. В., Сойма С. Ю., Криса В. В. (2020). *Роль і значення комплексу інструментів маркетингових комунікацій та їх вплив на діяльність підприємства*. Інфраструктура ринку. № 43.

14. Божкова В. В., Птащенко О. В., Сагер Л. Ю., Сигида Л. О. (2018). *Трансформації інструментарію маркетингових комунікацій в умовах глобалізації*. Маркетинг і менеджмент інновацій. № 1.

15. Турчин Л. В., Островерхов В. М. (2019). *Сучасні тренди Інтернет-маркетингу*. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. № 24.

16. Угольков Є. О. (2017). *Світові тенденції використання інструментів Інтернет-маркетингу*. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. № 873.

17. Шпилик С. С. (2015). *Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства*. Галицький економічний вісник. № 2.

18. Офіційний сайт НБУ. <https://bank.gov.ua>

19. Офіційний сайт АТ КБ «ПриватБанк». <https://privatbank.ua>