

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14.011.1

Партола А.С., студентка 2 курсу
факультету економіки і права
ХНЕУ ім. С.Кузнеця

Основною метою діяльності кожного підприємства будь-якої форми власності є отримання позитивного фінансового результату, тобто прибутку. Не має сумнівів щодо значення отримання прибутку для підприємства, бо саме прибуток є головним стимулом в підприємстві, основним мотивом та кінцевою метою для підприємців в усіх сферах бізнесу. Чим вищий прибуток, тим більше можливостей у підприємства для збільшення капіталу, запровадження нововведень, інвестицій тощо.

Сьогодні питання отримання прибутку та підвищення ефективності діяльності підприємства в економіці України є досить актуальним. Прибуток є потужним важелем розвитку, тому головним завданням адміністративного апарату кожного підприємства є розробка ефективної стратегії управління прибутком та збільшення прибутковості підприємства.

Вивченням питань, що стосуються прибутковості підприємства та шляхів її підвищення займалась велика кількість вчених, у тому числі Антонюк Р.Р. [1], Хмелевський О.В. [2], Огійчук М.Ф. [3], Єпіфанова І.Ю. [4] та ін. Але незважаючи на досить велику кількість наукових досліджень з цієї теми, питання щодо основних шляхів підвищення прибутковості підприємства досі залишаються актуальними.

Метою статі є визначення сутності прибутковості як економічної категорії, виділити та описати основні шляхи підвищення прибутковості на підприємстві.

Кожне підприємство, що функціонує в умовах ринку, незалежно від форми власності та розмірів ставить собі за мету отримання позитивного фінансового результату. Таким фінансовим результатом господарської діяльності підприємства виступає його прибутковість.

Досліджуючи сутність прибутковості, не можна не відмітити різноманітність поглядів щодо тлумачення цього поняття. Визначення поняття «прибутковість» наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Існуючі підходи до визначення категорії «прибутковість»

Джерело	Визначення
Антонюк Р.Р. [1, с. 51]	підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, що полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі достатньому для ефективного подальшого функціонування.
Хмелевський О.В. [2, с. 51]	стан підприємства, що вказує на його здатність здійснювати рентабельну діяльність, забезпечувати платоспроможність, генерувати прибуток, на основі чого забезпечувати стабільність зростання та майбутній інноваційно-інвестиційний розвиток.
Огійчук М.Ф. [3, с. 37]	вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем.

Отже, прибутковість – це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору його здатності приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів [4, с. 190].

Прибутковість підприємства можна охарактеризувати за допомогою двох показників: прибутку та рентабельності. Не можна не зазначити про тісний зв'язок цих двох показників, але й не можна ототожнювати рентабельність з прибутком. Прибуток є абсолютним показником, у той час як рентабельність є відносним показником, тобто рівнем прибутковості.

Сутність прибутку є одним з найбільш складних питань у сучасній економіці. Як економічна категорія прибуток виражає «чистий дохід», створений у сфері матеріального виробництва. На рівні підприємства прибуток є частиною його чистого доходу, що залишається після вирахування зі суми доходів підприємства суми пов'язаних з ними витрат. Прибуток розглядають як частину чистого доходу підприємства, отриманого на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик підприємницької діяльності [5, с. 585].

Інший показник, що характеризує прибутковість підприємства – рентабельність - відображає рівень віддачі активів і рівень використання капіталу в процесі виробництва [4, с. 191]. На відміну від прибутку, показник рентабельності характеризує ефективність фінансової діяльності будь-якого конкретного економічного суб'єкта, щодо всіх інших (індивідуальних

підприємців, організацій, регіонів, окремих країн і світу в цілому), незалежно від розмірів і характеру економічної діяльності [6, с. 40].

Для успішного розвитку будь-якого підприємства та забезпечення ефективності його діяльності необхідно постійно працювати над пошуком шляхів підвищення прибутковості підприємства. Дуже важливим моментом у діяльності підприємства є виявлення та кількісне вимірювання впливу факторів на показники прибутковості підприємства, пошук резервів зростання рентабельності роботи підприємства та обґрунтування і розробка заходів щодо використання виявлених резервів [7, с. 125].

Максимізація прибутку та прибутковості підприємства може бути досягнута за певних умов [8, с.93]. Більше детальний аналіз умов максимізації прибутку та прибутковості підприємства наведений у табл. 2

Таблиця 2

Умови максимізації прибутку та прибутковості підприємства

Напрямок	Сутність	Вимоги до реалізації
1	2	3
I. Кількісні умови		
Збільшення обсягів випуску та реалізації продукції	Зростання об'ємів реалізації приведе до більшого зростання прибутку за рахунок зниження частки постійних витрат, що припадають на одиницю продукції [9, с.69].	Збільшення обсягів виробництва та реалізації за рахунок кращого використання трудових ресурсів, основних фондів, сировини та матеріалів.
Зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції	Зі зниженням витрат на виробництво та реалізацію продукції зростає сума прибутку. Максимальна мобілізація резервів собівартості продукції є важливою умовою ефективного функціонування підприємства [10, с. 254].	Зниження собівартості за рахунок більш ефективного використання ресурсів, підвищення технічного рівня виробництва та вдосконалення організації виробництва та праці.
Впровадження економічно обґрунтованих норм	Економічно і технічно обґрунтовані норми й нормативи та їх своєчасний перегляд призводять до зниження витрат виробництва [8, с.93].	Розробка норм та нормативів запасів сировини, матеріалів готової продукції та інших оборотних коштів.
Цінова політика підприємства	Необхідно застосовувати правильну цінову політику, тому що іноді збільшення ціни призводить до певного скорочення обсягу продажу, але постійне проведення політики низьких цін може закінчитися для підприємства негативною ситуацією [8, с.94].	Розробка стратегії ціноутворення, встановлення цін відповідно до ринкових цін, застосування акцій, оптових знижок, знижок постійним покупцям тощо.

Закінчення табл. 2

1	2	3
II. Якісні умови		
Впровадження досягнень науково-технічного прогресу	Впровадження у виробництво удосконаленої техніки та нових технологій дозволить скоротити витрати у розрахунку на одиницю продукції за рахунок збільшення обсягів виробництва та економії на оплаті праці.	Створення автоматизованих систем управління, використання методів вдосконалення та модернізації техніки та технології.
Підвищення якості продукції	Підвищення якості продукції дозволить значно скоротити витрати на виправлення браку та втрати від бракованих виробів, що не підлягають ремонту.	Контроль за якістю продукції, мотивація та надання додаткових стимулів персоналу для скорочення кількості бракованої продукції.
Підвищення продуктивності праці	Зі зростанням продуктивності праці знижуються витрати праці в розрахунку на одиницю продукції а отже, зменшується і питома вага заробітної плати у структурі собівартості [8, с.93].	Активна мотивація персоналу та надання різноманітних стимулів для більш ефективної праці.
Маркетингова кампанія	Ефективна організація маркетингу дозволяє значно збільшити обсяги реалізації продукції, що впливає на прибутковість підприємства.	Розробка ефективної маркетингової стратегії, що направлена на пошук «свого» споживача продукту та «свого» сегменту ринку

Отже, з вищезазначеного можна сказати, що для того, щоб збільшити прибутковість підприємства необхідно проводити детальний аналіз внутрішніх можливостей підприємства, тобто розглянути усі резерви зниження собівартості продукції, а також зосередити увагу на взаємодії з ринком, тобто детально аналізувати ситуацію на ньому, знайти «свого» споживача та проводити правильну цінову політику.

Таким чином, в статті було визначено сутність поняття «прибутковість підприємства» та розкрито зміст основних шляхів підвищення прибутковості. Подальші дослідження автора будуть спрямовані на обґрунтування вибору та розробку стратегії підвищення прибутковості функціонування підприємства.

Література

1. Антонюк Р. Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії / Р. Р. Антонюк // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. – 2012 . – №126. – С. 50 – 55.
2. Хмелевський О. В. Оцінка якості прибутковості в інноваційно-інвестиційному розвитку підприємств машинобудування / О.В. Хмелевський // Економіст. – 2008. – №3. – С. 50 – 53.
3. Огійчук М. Ф. Суть прибутку та підходи до методики його визначення / М. Ф. Огійчук // Економіка АПК. – 2009. – № 6. – С. 31 – 45.
4. Єпіфанова І. Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності / І.Ю. Єпіфанова, В.С. Гуменюк // Економіка і суспільство. – 2016. – №3. – С. 189 – 192.
5. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства: підручник / М. В. Афанасьєв, О. Б. Плоха. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2013. – 585 с.
6. Кучерява А. С. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення / А.С. Кучерява // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2015. – №40. – С. 38 – 41.
7. Мелень О.В. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення / О.В. Мелень, Ю.Ю. Холондач // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2015. – №25 – С. 123 – 126.
8. Мелень О.В. Актуальність питань розробки напрямів підвищення прибутковості підприємства / О.В. Мелень, Т.А. Гарібян // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – №8. – С. 91 – 94.
9. Лойко В.В. Шляхи збільшення обсягу прибутку та підвищення дієвості управління прибутком промислового підприємства в сучасних умовах господарювання / В.В. Лойко, Е.С. Несенюк // Международный научный журнал. – 2015. – №7. – С. 68 – 71.
10. Кондратюк О.М. Сенергія інформації в управлінні витратами підприємства / О.М. Кондратюк, О.В. Школа // Держава та регіони. – 2010. – №6. – С. 253 – 255 .

Науковий керівник
к.е.н., доц.

Іпполітова І.Я.

Опубліковано в авторській редакції