

ПРИБУТКОВІСТЬ ТА РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Бреус С.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний університет технологій та дизайну

Мищенко К.Г.

магістрант

Київського національного університету технологій та дизайну

Стаття присвячена дослідженню сутності прибутку та рентабельності. Визначена роль прибутку в сучасних умовах як важливої рушійної сили економіки. Особлива увага приділена визначенню основних напрямів підвищення прибутковості підприємства. Досліджено можливі резерви підвищення прибутку підприємств в умовах ринкових відносин.

Ключові слова: прибуток, рентабельність, резерви підвищення прибутку, підприємство.

Постановка проблеми. Прибуток є важливою рушійною силою економіки, основним спонукальним мотивом діяльності підприємців, певним гарантом прогресу соціально-економічної системи. Вважається, що прибуток є узагальнюючим показником діяльності підприємства. В умовах ринкової економіки головною метою діяльності будь-якого підприємства є отримання прибутку. Фінансовим результатом господарської діяльності будь-якого підприємства виступає його прибутковість, яка характеризується абсолютними (сума прибутку) та відносними (рівень рентабельності) показниками. У сучасній економічній теорії існує безліч різнобічних точок зору щодо економічної сутності прибутку. Прибуток у класичному розумінні – різниця між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, послуг, робіт) та витратами на її виробництво, тобто собівартістю. Власники і персонал мають зробити усе необхідне для забезпечення формування прибутку у розмірі, потрібному для подальшого функціонування і розвитку підприємства і забезпечення усіх груп інтересів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Основні аспекти прибутковості та рентабельності фінансово-економічної діяльності підприємства розглянуто в працях багатьох авторів, зокрема таких: В. Г. Васильков, О. О. Гетьман, Н. П. Гончарова, В. І. Гринчуцький, О. І. Линник, О. В. Мелень, Ю. П. Морозов, О. І. Олексюк, С. Ф. Покропивний, Т. В. Романова, Є. О. Даровський, Г. А. Семенов, С. Д. Супрун, Ю. Ю. Холондач, Г. О. Швиданенко, А. В. Шлійко, Л. В. Юрчишена, Н. Б. Ярошевич та багато інших.

Мета дослідження. Мета статті полягає у дослідженні та обґрунтуванні напрямів підвищення прибутковості підприємства в умовах ринкових відносин.

Виклад основного матеріалу. У сучасній економічній теорії існує багато різнобічних точок зору щодо економічної сутності прибутку. Прибуток є результатом фінансово-економічної діяльності підприємства або сфери економіки і визначається як

вартісне вираження різниці між витратом, отриманим від продажу продукції (послуг) і сумою витрат на її виробництво [1].

Значення прибутку полягає в тому, що він одночасно є фінансовим результатом і основним джерелом фінансових ресурсів підприємства. За рахунок прибутку здійснюється фінансування заходів по науково-технічному і соціально-економічному розвитку підприємств, збільшення фонду матеріального заохочення працівників. Він є не лише джерелом забезпечення внутрішньогосподарських потреб підприємств, але набуває все більшого значення у формуванні бюджетних ресурсів, позабюджетних і благодійних фондів [2].

Прибуток є важливою категорією ринкових відносин, він характеризує економічний ефект – кінцевий фінансовий результат, водночас є фінансовим результатом та основним елементом фінансових ресурсів підприємства, є джерелом формування бюджетів різних рівнів [3, с. 85].

Діяльність підприємства спрямовується на те, щоб забезпечити збільшення прибутковості підприємства або, принаймні, стабілізацію її на певному рівні протягом визначеного періоду часу.

Для оцінки результатів і ефективності господарювання і використання складових процесу виробництва, за допомогою яких отримано прибуток, його суму необхідно віднести до відповідних показників. У підсумку буде отриманий показник прибутковості чи рентабельності [4, с. 350].

Рентабельність є відносним показником інтенсивності виробництва, який характеризує рівень окупності (прибутковості) відповідних складових процесу виробництва або сукупних витрат підприємства. Це не просто статистичний, розрахунковий параметр, а складний комплексний соціально-економічний критерій. На відміну від прибутку, він 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. Дана якість надає рентабельності, з одного боку, форму економічної категорії, що виражає економічні відносини між економічними суб'єктами з приводу результативності використання факторів капіталу, а з іншого – характер об'єкта й інструмента фінансового менеджменту [1, с. 210].

Рентабельність безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку. Однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку, оскільки рентабельність – це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється в коефіцієнтах або відсотках. Показники рентабельності є відносними характеристиками фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства. Показникам рентабельності, у порівнянні з абсолютними показниками прибутку, притаманні такі переваги, як більш широкі можливості порівняння (співвідношення абсолютних показників прибутку підприємств з різними обсягами діяльності, кількістю персоналу тощо не дає можливості проводити об'єктивну оцінку) та на показники рентабельності в меншій мірі впливають інфляційні процеси. З метою аналізу та забезпечення ефективного управління формуванням прибутку розрізняють декілька видів прибутку підприємства: валовий, операційний, до оподаткування, та чистий.

Показники рентабельності характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності (операційної, фінансової, інвестиційної); вони більш повно, ніж прибуток, характеризують узагальнюючі результати господарювання. Для успішного розвитку будь-якого підприємства необхідно вивчати співвідношення обсягу виробництва (реалізації) продукції з витратами і прибутком, тому 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. Резерви збільшення сум прибутку та рентабельності пов'язані з напрямками господарювання підприємства. Для керівників і відповідних спеціалістів важливим є детальне значення масштабів дії, форм контролю та використання найбільш істотних внутрішніх і зовнішніх чинників ефективності на різних рівнях управління діяльністю підприємства.

Рівень і сума прибутку формуються під впливом низки чинників внутрішнього та зовнішнього середовища, що справляють як позитивний, так і негативний вплив.

Внутрішніми чинниками є ті, що залежать від діяльності підприємства: обсяг діяльності підприємства, стан та ефективність використання ресурсів підприємства, рівень доходів, рівень витрат, ефективність цінової та асортиментної політики.

Зовнішніми чинниками є ті, що не залежать від діяльності підприємства: державне регулювання цін в сучасних умовах на товари, які входять до споживчого кошика, подорожчання послуг інших секторів економіки, система оподаткування, зміна норматив-

них документів по кредитуванню, збільшення облікової ставки за користування кредитними, політика держави по формуванню доходів тощо.

Як вважає С. Д. Супрун, збільшенню прибутку та показників рентабельності сприятиме підвищення конкурентоспроможності власної продукції за рахунок зменшення частки пасивних фондів у загальній вартості основних фондів та зменшення адміністративно-управлінських витрат [5].

Для підвищення рентабельності Л. В. Юрчишена пропонує скоротити всі витратні статті, а саме: зменшити транспортні витрати; налагодити систему збуту; підвищити продуктивність праці. Підприємству необхідно скоротити витрати на виробництво та реалізацію продукції. Необхідність поліпшення ефективності управління, підвищення прибутковості праці, ефективності виробництва конкурентоспроможності підприємства вимагає проведення реструктуризації підприємства [6].

Ю. П. Морозов зазначає, що найбільший ефект підвищення рентабельності досягається при пошуку резервів на перед виробничій стадії. При цьому можуть бути виявлені резерви підвищення ефективності виробництва за рахунок поліпшення конструкції виробу, удосконалення технології його виробництва, застосування дешевшої сировини тощо. Саме на цій стадії об'єктивно містяться найбільші резерви зниження собівартості продукції. І чим повніше вони виявлені на цьому етапі, тим вища ефективність цього виробу взагалі [7].

Розглядаючи резерви максимізації прибутку слід звернути увагу на те, що прибуток залежить як від доходів підприємства, так і від його витрат.

Важливе місце серед способів збільшення прибутку будь-якого підприємства є ефективне управління його прибутковістю, що являє собою процес планування надходжень і використання грошових ресурсів, встановлення оптимальних співвідношень у розподілі доходів підприємств. В умовах конкуренції вдосконалення процесу формування прибутку на макrorівні здійснюється безперервно [8, с. 151].

Загалом збільшення прибутку можна досягти або у результаті зменшення витрат на виробництво або збільшення чистого доходу від реалізації. Тому в сучасних умовах важливим завданням кожного підприємства є: правильне формування цінової стратегії та вибір оптимальний обсягу виробництва [9].

Задля підвищення рівня прибутковості підприємством доцільним вбачається розробка та реалізація комплексу заходів за такими напрямками:

- організаційні (удосконалення виробничої структури, удосконалення організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо);

- технічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляється)

- економічні важелі та стимули (удосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення обігу оборотних коштів тощо). Якщо почати проводити зміни не в такому порядку, то

позитивні зрушення у ефективності діяльності будуть малопомітними, або відсутніми взагалі.

Максимізація прибутку є вирішальною умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємства, його життєздатності та закріплення позицій на ринку.

Резерви підвищення прибутку можуть бути отримані таким чином:

1. За рахунок зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції при впровадженні досягнень науково-технічного прогресу. Зниження собівартості продукції є найважливішим чинником зростання прибутку. У зниженні собівартості продукції найбільш повно відбивається економія матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, якими розпоряджається підприємство. Максимальна мобілізація резервів собівартості продукції є важливою умовою ефективного функціонування підприємства [10, с. 115].

Механізоване виробництво потребує значно менше робітників і це в свою чергу зменшить витрати на оплату праці. Також за рахунок нового обладнання можна збільшити випуск продукції, що в свою чергу призведе до зниження витрат в розрахунку на одиницю продукції. Але після цього підприємству доведеться шукати нові ринки збуту продукції – і в Україні, і за кордоном. Тобто потрібно виділити деякі кошти на рекламу, це обов'язково принесе результати [11].

2. Підвищення продуктивності праці за рахунок мотиваційних заходів. Зі зростанням продуктивності праці знижуються витрати праці в розрахунку на одиницю продукції, а отже, зменшується і питома вага заробітної плати в структурі собівартості. Для цього підприємство повинне активно використовувати різноманітні мотиваційні засоби: перевести якомога більше працівників на відрядну форму оплати праці, працівникам погодинної форми у більшому розмірі оплачувати роботу в понад урочний час, забезпечувати доставку працівників на роботу та з роботи за узгодженими маршрутами, надавати матеріальну допомогу працівникам з нагоди ювілейних та інших визначних дат. Враховуючи специфіку роботи слід також проводити профілактичне оздоровлення та медичне обстеження працівників за рахунок підприємства, організувати санаторно-курортне лікування для працюючих та інвалідів праці.

3. При збільшенні обсягів випуску та реалізації продукції. Зменшення витрат на виробництво і реалізацію продукції. Для пошуку та визначення шляхів зниження собівартості продукції аналізують звітні дані калькуляцій витрат на виробництво і реалізацію продукції, використовуючи метод порівняння фактичного рівня витрат з прогресивними науково обґрунтованими нормами і нормативами за видами витрат, нормативами використання виробни-

чих потужностей, обладнання, нормами непрямих матеріальних витрат, капітальних вкладень тощо, які отримані в результаті здійснення організаційно-технічних заходів. При цьому необхідно врахувати, що існує кілька напрямів визначення збільшення прибутку у зв'язку з виявленням резервів зниження собівартості.

Однак доцільно відзначити, що для українських підприємств подібні методи найбільш складні у використанні, так як для впровадження інноваційних технологій вони не мають ні достатньої кількості власних коштів, ні фінансових інвестицій ззовні, ні належної підтримки з боку держави.

4. За рахунок підвищення якості продукції, що реалізується.

Наведений перелік методів утворення резервів для збільшення прибутку, які є невід'ємною складовою для підвищення прибутковості їх діяльності, можна віднести до традиційних. На сьогоднішній день існують нові методи, основані на тому, що під підвищенням прибутковості підприємств мається на увазі збільшення вартості його капіталу, чого прибуток може і не забезпечувати.

Залежно від того, у якому стані знаходиться підприємство з точки зору фінансового забезпечення та положення на ринку, та залежно від його намірів щодо змін, можливо обрати та застосувати відповідний набір заходів підвищення прибутковості підприємства [3, с. 197]. Зокрема для підвищення прибутку доцільним є зменшення транспортних витрат, налагодження системи збуту продукції, підвищення продуктивності праці, скорочення витрат на виробництво та реалізацію продукції, зменшення адміністративно-управлінських витрат тощо [11, с. 125].

Висновки. Враховуючи зазначене можна констатувати, що прибуток займає провідне місце в забезпеченні самофінансування підприємств, можливості яких багато в чому визначаються тим, наскільки доходи перевищують витрати. Для успішного функціонування підприємства мають прагнути до підвищення ефективності своєї діяльності на основі раціонального використання ресурсного потенціалу, збільшення прибутковості виробництва, поліпшення якості реалізованої продукції.

Для підвищення прибутковості підприємства повинні: збільшувати обсяги виробництва; розширювати асортимент продукції, орієнтуючись на ринок; підвищувати якість продукції; знижувати витрати на виробництво продукції; впроваджувати заходи, що сприяли б підвищенню продуктивності праці; здійснювати механізацію виробництва; впроваджувати досягнення науково-технічного прогресу; використовувати з максимальною віддачею резерви підвищення прибутку та ресурси різних видів, що є в наявності у суб'єкта господарювання.

Література:

1. Шлійко А. В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг: навчальний посібник / А. В. Шлійко. – К.: ЦНЛ, 2008. – 376 с.
2. Романова Т. В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах / Т. В. Романова, С. О. Даровський // Ефективна економіка. – 2015. – № 4.
3. Ярошевич Н. Б. Фінанси підприємств: [навч. посіб.] / Н. Б. Ярошевич. – К., 2012. – 341 с.
4. Швиданенко Г. О., Васильков В. Г., Гончарова Н. П. Економіка підприємства: підручник/ за заг. ред. Г. О. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 2009. – 598 с.
5. Швиданенко Г. О., Олексюк О. І. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства. – К.: КНЕУ, 2002. – 192 с.
6. Гетьман О. О. Економіка підприємства: [підручник] / О. О. Гетьман. – К.: ЦНЛ, 2010. – 488 с.
7. Семенов Г. А. Економіка підприємства: [навч. посіб.] / Г. А. Семенов. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 324 с.
8. Линник О. І. Облік прибутку та визначення резервів забезпечення прибутковості підприємства / О. І. Линник, О. С. Задорожна // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2015. – № 26(1135). – С. 147–153.
9. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства. 2-ге видання. Навчальний посібник / Гринчуцький В. І. – Видавництво «Центр навчальної літератури»: К., 2012. – 302 с.
10. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства: підручник / С. Ф. Покропивний. – [Вид. 3-е, перероб. та доп.]. – К.: КНЕУ, 2006. – 528 с.
11. Мельник О. В. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення / О. В. Мельник, Ю. Ю. Холодач // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2015. – № 25(1134). – С. 123–126.

ДОХОДНОСТЬ И РЕЗЕРВЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бреус С.В.

*кандидат экономических наук, доцент,
Киевский национальный университет технологий и дизайна*

Мищенко К.Г.

*магистрант
Киевского национального университета технологий и дизайна*

Статья посвящена исследованию сущности прибыли и рентабельности. Определена роль прибыли в современных условиях как важной движущей силы экономики. Особое внимание уделено определению основных направлений повышения доходности предприятия. Исследовано возможные резервы повышения прибыли предприятий в условиях рыночных отношений.

Ключевые слова: прибыль, рентабельность, резервы повышения прибыли, предприятие.

PROFITABILITY AND RESERVES TO INCREASE COMPANY PROFITS

Breus S.V.

*Ph.D. in Economics, Associate Professor
Kyiv National University of Technologies and Design*

Mishchenko K.H.

*Master's Degree Student
Kyiv National University of Technologies and Design*

The article is devoted to research of the essence of profit and profitability. Determined the role of profit as an important driving force of the economy in modern conditions. Particular attention is paid to the definition of the main directions of increasing the profitability. Investigated possible reserves increase the profits of enterprises in market conditions.

Keywords: profit, profitability, reserves of profit increase, enterprise.