

*Добровольська О.В.,**к.е.н., доцент,**доцент кафедри фінансів та банківської справи,**Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет**Терещенко В.О.,**студентка,**Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет*

РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКУ

Анотація. У статті визначено сутність прибутку, його види, форми, розглянуто основні функції прибутку. Запропоновано систему заходів для підвищення прибутковості, визначено резерви підвищення прибутку шляхом ефективної політики управління прибутком.

Ключові слова: прибуток, прибутковість, собівартість, ціна, функції прибутку, резерви підвищення прибутку, управління прибутком.

Постановка проблеми. В умовах ринку вирішальне значення прибутковості підприємств не підлягає сумніву. Головними завданнями менеджерів підприємства є опанування ефективними методами організації виробництва та реалізації продукції, за допомогою яких можна досягти найбільшого прибутку. Разом з тим серед науковців немає спільного бачення теоретичної сутності поняття прибутковості та резервів її підвищення, що є проблематичним при вирішенні практичних завдань покращення ефективності діяльності підприємств. Отже, дослідження резервів підвищення прибутковості підприємств стає дуже нагальним і зумовлює доцільність розгляду цього питання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Прибутковості підприємства приділяється значна увага з боку Міністерства фінансів України, Міністерства економіки, що знаходить своє відображення у законах, постановах та інструкціях. У вирішенні питання велику участь приймають науковці, такі як Бланк І.А., Кодацький В.П., Бондар Н.М., Семенов Г.А., Шлійко А.В., Пасічник В.Г., Манів З.О., Луцький І.М., Гетьман О.О., Блонська В.І., Васильців Т.Г., Гринкевич С.С. та ін.

Вчений-економіст світового рівня Сміт А. розглядав прибуток з двох сторін: по-перше, як результат праці, адже вартість, яку вона додає до вартості матеріалів, складається з двох частин – заробітної плати і прибутку підприємця; по-друге – результат функціонування капіталу. Рікардо Д., представник класичної політичної економії і наступник Сміта, розглядав прибуток уже виключно з позиції теорії трудової вартості. Він вважав, що прибуток зростає, якщо зменшується заробітна плата.

Мета статті полягає у дослідженні теоретичних основ прибутку, а саме його класифікації та методів розрахунку, визначенні основних функцій прибутку, дослідженні процесів формування та розподілу прибутку, а також розгляді резервів підвищення прибутковості підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. На нашу думку, прибутковість підприємства є складною та багатогранною економічною категорією, що одночасно характеризує як одержані результати діяльності підприємства, так і можливості

отримувати прибуток в майбутньому. Тому під прибутковістю слід розуміти стійке економічне явище, що проявляється як підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, який полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі, достатньому для ефективного подальшого функціонування.

Метою кожного підприємства є одержання прибутку, який є критерієм ефективності його господарської діяльності, важливим джерелом задоволення соціальних потреб суспільства, рушійною силою економічного розвитку держави, основним джерелом формування фінансових ресурсів. Прибуток є центральною категорією в економіці кожного суб'єкта господарювання, а його розподіл має безпосередній вплив на суспільно-економічну формування.

Прибуток – це найважливіша фінансова категорія, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і зрештою свідчить про рівень та якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості. Одночасно прибуток впливає на зміцнення фінансового стану підприємства, інтенсифікацію виробництва за будь-якої форми власності.

За характером витрат, що вираховуються з прибутку, виділяють економічний та бухгалтерський прибуток. «Економічний прибуток – це загальна виручка за мінусом всіх витрат (внутрішніх і зовнішніх, включаючи в останні та нормальний прибуток підприємця)» [3].

Зовнішні витрати є платежами постачальників ресурсів. Внутрішні витрати – це витрати на власні, самостійно використовувані ресурси, включаючи нормальний прибуток. Нормальний прибуток – «це мінімальний дохід або плата, необхідний для утримання підприємця в якійсь визначеній сфері виробництва» [5]. Сукупність зовнішніх та внутрішніх витрат, включаючи нормальний прибуток, є економічні витрати.

Бухгалтерський прибуток представляє собою загальну виручку фірми за мінусом зовнішніх витрат (грошових витрат на придбання ресурсів). Якщо витрати відсутні, то економічний прибуток співпадає з бухгалтерським. Критерієм успіху підприємства є не бухгалтерський, а економічний прибуток. За складом елементів, які формують прибуток, розрізняють маржинальний, валовий (балансовий) та чистий прибуток підприємства. Маржинальний прибуток, характеризує суму чистого доходу від операційної діяльності (валового доходу підприємства від цієї діяльності, зменшеного на суму податкових платежів за рахунок нього) за вирахуванням суми змінних витрат. Валовий прибуток характеризує суму чистого доходу

від операційної діяльності за вирахуванням всіх витрат, як постійних, так і змінних. Чистий прибуток характеризує суму валового прибутку, зменшену на суму податкових платежів за його рахунок.

За характером оподаткування прибутку виділяють оподатковувану і неоподатковувану його частину. Такий поділ прибутку відіграє важливу роль у формуванні податкової політики, так як дозволяє оцінювати альтернативні господарські операції з позиції кінцевого ефекту. Склад прибутку, який не оподатковується, регулюється відповідним законодавством.

За характером інфляційної «очистки» прибутку виділяють номінальний та реальний прибуток. Реальний прибуток характеризує розмір номінально отриманої його суми, скоригований на темп інфляції у відповідному періоді.

За періодом формування прибутку виділяють прибуток попереднього періоду (тобто періоду, який передував звітному), прибуток звітного періоду і прибуток планового періоду (планований прибуток). Такий розподіл використовується з метою аналізу і планування для виявлення відповідних змін в його динаміці, побудови відповідного базису розрахунків тощо.

За регулярністю формування виділяють прибуток, який формується підприємством регулярно, і «надзвичайний» прибуток. Термін «надзвичайний прибуток» широко використовується в країнах з розвинутою ринковою економікою, характеризує незвичне для даного підприємства джерело його формування або дуже рідкий характер його формування.

Основою формування власних внутрішніх фінансових ресурсів підприємства, які можливо направити на його розвиток, на розвиток виробництва та покращання фінансового стану, є балансовий прибуток. Його складовими є прибуток від реалізації продукції (або як ще називають – операційний прибуток), прибуток від реалізації майна, прибуток від нереалізаційних операцій.

На підприємствах потрібно приділяти увагу плануванню і формуванню прибутку. Але на величину прибутку впливають різноманітні фактори. В економічній літературі [6; 10] фактори впливу поділяються на дві групи: фактори, що не залежать від діяльності підприємства (зовнішні); фактори, що знаходяться у компетенції підприємств (рис. 1).

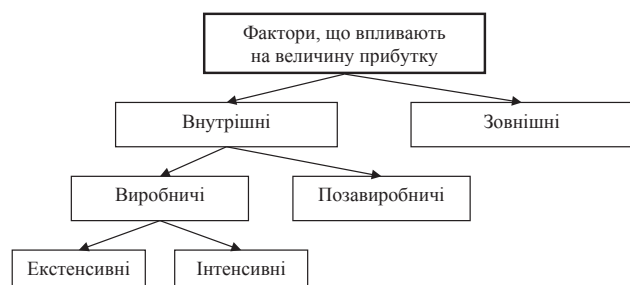


Рис. 1. Класифікація факторів, які впливають на величину прибутку

До зовнішніх факторів відносять природні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок і пільг, штрафних санкцій та ін.

Внутрішні фактори поділяються на виробничі, які характеризують наявність та використання засобів і предметів праці, трудових і фінансових ресурсів, та позавиробничі (наприклад, постачальницько-збутова, природоохоронна діяльність підприємства, соціальні умови праці та життя).

У свою чергу, виробничі фактори поділяються на екстенсивні та інтенсивні. Екстенсивні фактори впливають на процес одержання прибутку через кількісні зміни: обсягу засобів і предметів праці, фінансових ресурсів, часу роботи обладнання, чисельності персоналу фонду робочого часу тощо. Інтенсивні фактори впливають на процес отримання прибутку через «якісні» зміни: підвищення продуктивності обладнання і його якості, застосування прогресивних видів матеріалів і удосконалення технології їх обробки, прискорення обертання оборотних засобів, підвищення кваліфікації та продуктивності праці персоналу, удосконалення організації праці тощо.

Серед внутрішніх факторів найвагоміше місце займає зміна обсягу виробництва і реалізації продукції. Зміна прибутку прямопропорційна зміні обсягу реалізації продукції, це означає, що чим більший обсяг реалізації продукції, тим більший фінансовий результат, тобто прибуток.

Важливим внутрішнім фактором є зміна рівня собівартості продукції. У цьому випадку виникає зворотній зв'язок між величиною прибутку і собівартістю продукції, тобто при зменшенні собівартості продукції прибуток збільшується.

Суттєвим фактором, який впливає на величину прибутку, є рівень цін. Він може розглядатися як внутрішній, так і зовнішній фактор. Рівень цін встановлюється підприємством у залежності від конкурентоспроможності продукції, що реалізується, попиту і пропозиції – у цьому випадку рівень цін є внутрішнім фактором, і підприємство може впливати на формування прибутку. З іншого боку, існують регулюючі ціни, які встановлює держава для окремих видів продукції підприємств-монополістів, тут рівень цін буде виступати як зовнішній фактор, який не залежить від діяльності підприємства.

При здійсненні господарської діяльності вищенаведені фактори впливу на величину прибутку знаходяться у тісному взаємозв'язку та взаємозалежності. Основною метою розподілу прибутку є оптимізація пропорцій між капіталізованою та спожитою його частинами.

Відповідно до мети, на підприємстві вирішуються наступні завдання:

- забезпечення отримання власниками необхідної норми прибутку на інвестований капітал;
- забезпечення пріоритетних цілей стратегічного розвитку підприємства за рахунок капіталізованої частини прибутку;
- забезпечення стимулювання трудової активності та додаткового соціального захисту персоналу;
- забезпечення формування в необхідних розмірах резервного та інших фондів підприємства.

Розглядаючи резерви максимізації прибутку, слід звернути увагу на те, що прибуток залежить як від доходів підприємства, так і від його витрат. Отже, збільшення прибутку можна досягти двома способами: зменшити витрати на виробництво або збільшити дохід від реалізації. Тому перед підприємством постає питання правильно сформулювати цінову стратегію й обрати оптимальний обсяг виробництва.

Підстави максимізації прибутку такі самі, що й мотиви максимізації корисності споживача. Максимізація прибутку є вирішальною умовою успішної конкурентності підприємства, його життєздатності і закріплення на ринку.

Якщо підприємство працює за умов ринкової конкуренції, то це означає, що воно повинно продавати свою продукцію за цінами, що склалися на ринку, а не згідно зі своєю власною стратегією. Встановити ціну вище тієї, що склалася, продавець не може, інакше його товар не купуватимуть. Встановивши

ціну нижче, ніж у конкурентів, підприємство швидко реалізує весь товар, але отримує менший прибуток і навіть може зазнати збитків. За таких обставин максимізації прибутку можна досягти за рахунок збільшення обсягу продукції.

Резервами підвищення прибутку є:

1. Постійне удосконалення засобів виробництва: впровадження нової техніки, удосконалення технології виробництва, впровадження прогресивні матеріали тощо. Це дозволить значно знизити собівартість продукції і підвищить прибуток.

2. Зниження собівартості продукції є найважливішим фактором зростання прибутку. На зниження собівартості продукції впливають: економія матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, якими розпоряджається підприємство. Максимальна мобілізація резервів зниження собівартості продукції є важливою умовою ефективного функціонування підприємства [7].

3. Механізоване виробництво потребує значно менше робітників, і це, в свою чергу, зменшить витрати на оплату праці. За рахунок нового обладнання можна збільшити випуск продукції, що 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 [1].

4. Зі збільшенням обсягу випуску продукції прибуток підприємства збільшується не тільки за рахунок зниження собівартості, але і внаслідок збільшення кількості продукції, що випускається. Таким чином, чим більший обсяг виробництва, тим, за інших рівних умов, більше сума одержуваного підприємством прибутку. Але зростання прибутку на підприємстві означає збільшення відрахувань в державний бюджет.

Підвищення прибутку може відбутися також за рахунок підвищення продуктивності праці. З ростом 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 позаурочний 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 [9].

Важливе значення в боротьбі за зниження собівартості та підвищення прибутку має дотримання найсуворішого режиму економії на всіх ділянках виробничо-господарської діяльності підприємства. Послідовне здійснення на підприємствах режиму економії виявляється насамперед у зменшенні витрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції, скороченні витрат по обслуговуванню виробництва, керуванню й інших непродуктивних витрат. Необхідно регулярно проводити інвентаризацію запасів і обладнання з метою виявлення надлишків. Ці надлишки необхідно продавати за ринковими цінами [5].

Потребують вдосконалення й нормативи. Технічно обґрунтовані норми й нормативи, їх своєчасний перегляд, з одного боку, впливають на оплату праці, а, з іншої – на формування ціни, тому що виявлення резервів призводить до зниження сукупно-необхідних витрат робітників.

Одним з резервів збільшення прибутку промислових підприємств є більш повне використання вторинних ресурсів та попутних продуктів. Доля вторинної сировини в загальному обсязі матеріальних ресурсів, використовуваних у господарстві країни, значно зростає [2].

Резервом збільшення прибутку суб'єктів господарювання є ліквідація невиробничих виплат по заробітній платі, по оплаті цілодобових простоїв і часів внутрішньозмінного простою, доплат за працю в додатковий час, ліквідація невиробничих витрат і втрат у складі витрат на обслуговування підрозділів виробництва і управління [7].

Також важливу роль в підвищенні прибутку відведено маркетингу. Практика світової торгівлі показала, що багато видів нових виробів не знаходять свого покупця на ринку без відповідної організації маркетингу. Тому в ринкових умовах господарювання слід більше уваги приділяти маркетингу.

Для збільшення обсягу отриманого прибутку підприємствам необхідно застосовувати правильну тактику при встановленні цін. У цінах повинні відобразитись сукупно необхідні витрати на виробництво і реалізацію продукції, її споживчі властивості, якість, платоспроможний попит. Від правильності розрахунку ціни багато в чому залежить обсяг отриманого прибутку, ліквідність і платоспроможність підприємства, його фінансовий стан [2].

Отже, для підвищення прибутку потрібно спиратися на комплексний техніко-економічний аналіз роботи підприємства: вивчення техніко-економічних показників роботи підприємства й організаційного рівня виробництва, використання виробничих потужностей і основних фондів, сировини і матеріалів, робочої сили, господарських зв'язків тощо.

Розглянемо ефективне управління прибутком підприємства.

За спеціально розробленою політикою підприємство здійснює розробку однієї з найважливіших задач – це управління прибутком. Ця політика покликана відображати вимоги загальної стратегії розвитку підприємства, забезпечувати підвищення його вартості на ринку, формувати необхідний обсяг фінансових ресурсів, задовольняти матеріальні інтереси власників і персоналу. В процесі управління формуванням прибутку вирішуються дві основні задачі:

а) підвищення загального розміру прибутку в процесі його формування;

б) ефективний розподіл отриманого прибутку за окремими напрямками його використання [1].

Стратегія управління підприємством пов'язана з визначенням головної мети його функціонування. Найчастіше ця головна мета формується як досягнення певного рівня рентабельності на вкладений капітал і, відповідно, одержання певної маси чистого прибутку.

Маса прибутку підприємства залежить від величини доходів, що одержує підприємство, та від розмірів витрат обігу. Формування доходів і витрат підприємства обумовлюються передусім обсягами його діяльності (товарообігу), а також асортиментною, ціновою політикою і ресурсним забезпеченням товарообігу.

На першому етапі визначають цільову суму прибутку підприємства, величина якої залежить від стадії життєвого циклу підприємства, стратегічних завдань, які стоять перед підприємством в майбутньому періоді, тактики їх вирішення. Як відомо, кожна одиниця товарообігу додає певну величину до доходу і витрат торговельного підприємства. Цей приріст отримав

назви: граничні доходи і граничні витрати. Якщо різниця між доходами і витратами зростає, то це означає і зростання прибутку підприємства. Максимум прибутку досягається за такого обсягу товарообігу, коли граничні доходи і граничні витрати дорівнюють.

На другому етапі обґрунтування стратегій визначають обсяг товарообороту, який забезпечує одержання цільової суми прибутку. Для цього розраховують необхідний обсяг товарообігу, який відповідає попиту на товари і ресурсозабезпеченості обігу (можливий обсяг закупки товарів, потужність торговельного підприємства і її визначення, чисельність робітників і продуктивність їх праці) [8].

Розробка асортиментної політики підприємства (третій етап) має бути спрямована на оптимальну товарно-групову структуру відповідно до структури попиту населення.

Обґрунтування цінової політики (четвертий етап) має бути спрямоване на визначення оптимальних цін реалізації товарів, при яких досягається оптимальний обсяг товарообігу і, як наслідок, – максимальний прибуток.

Формування ресурсної політики підприємства, яка здійснюється в ході п'ятого етапу обґрунтування стратегій управління прибутком, має передбачати залучення ресурсів, які забезпечують досягнення необхідного обсягу виробництва з найменшими затратами.

Шостий та сьомий етапи розробки стратегій пов'язані з розв'язанням завдань управління валовим доходом та поточними витратами торговельного підприємства. Результатом розробки стратегії є визначення можливого (реального) обсягу отримання доходів та здійснення поточних витрат на плановий період, порівняння яких дозволить оцінити можливий обсяг прибутку підприємства.

На восьмому етапі можливий обсяг отримання прибутку необхідно порівняти з його цільовим розміром. Якщо відповідність досягнута, тобто можливий прибуток більше або дорівнює цільовому прибутку, стратегічний план приймається до виконання (дев'ятий етап), здійснюються заходи контролю процесу його реалізації.

Якщо відповідність не досягається, необхідно виявити можливі резерви збільшення прибутку за рахунок раціонального використання ресурсів, зниження витрат та збільшення доходів, або ж варто відкоригувати (зменшити) цільову суму прибутку.

Отже, політика управління прибутком є життєво необхідною для будь-якого підприємства, бо вона сприяє підвищенню загального розміру прибутку, а значить, досягненню найголовнішої мети існування фірми.

Висновки. Прибуток є основною метою діяльності підприємства, джерелом фінансування його розвитку, вдосконалення його матеріально-технічної бази та продукції, забезпечення всіх форм інвестування, об'єктом оподаткування та джерелом сплати податків. Отже, прибуток відіграє надзвичайно важливу роль у господарській діяльності будь-якого підприємства.

Запропоновані наступні шляхи підвищення прибутку:

- збільшення обсягу реалізації товарної продукції;
- удосконалення засобів виробництва;

- економія матеріальних, трудових та фінансових ресурсів;
- механізація виробництва, пошук нових ринків збуту та збільшення витрат на рекламу;
- підвищення якості продукції;
- ліквідація витрат від браку;
- підвищення продуктивності праці;
- вдосконалення нормативів.

Отже, можна зробити висновок, що комплексний техніко-економічний аналіз роботи підприємства може значно скоротити шлях до досягнення основної мети підприємства – до максимізації прибутку.

Література:

1. Білошапка В.А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду / В.А. Білошапка // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 1(155). – С. 115–117.
2. Блонська В.І. Економіка підприємства: теорія і практикум : [навч. посіб.] / В.І. Блонська, Т.Г. Васильців, С.С. Гринкевич [та ін.] ; за ред. доц. Н.Г. Міценко, доц. О.І. Ященко. – Львів : Магнолія 2012, 2008. – 688 с.
3. Гетьман О.О. Економіка підприємства : [підручник] / О.О. Гетьман. – К. : ЦНЛ, 2010. – 488 с.
4. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб.] / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.
5. Ковальчук І.В. Економіка підприємства : [навч. посіб.] / І.В. Ковальчук. – К. : Знання, 2008. – 679 с.
6. Манів З.О. Економіка підприємства : [навч. посіб.] / З.О. Манів, І.М. Луцький. – К. : Знання, 2004. – 580 с.
7. Пасічник В.Г. Організація виробництва : [підручник] / В.Г. Пасічник. – К. : ЦНЛ, 2005. – 248 с.
8. Семенов А.Г. Аналіз та вдосконалення оплати праці / А.Г. Семенов, А.І. Шарко // Держава та регіони. – 2010. – № 6. – С. 232–238.
9. Семенов Г.А. Економіка підприємства : [навч. посіб.] / Г.А. Семенов. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 324 с.
10. Шлійко А.В. Економіка підприємства на ринку товарів і послуг : [навч. посіб.] / А.В. Шлійко. – К. : ЦНЛ, 2008. – 376 с.

Добровольская Е.В., Терещенко В.А. Резервы повышения прибыльности предприятия в условиях рынка

Аннотация. В статье определена сущность прибыли, ее виды, формы, рассмотрены основные функции прибыли. Предложена система мер по повышению прибыльности, определены резервы повышения прибыли путем эффективной политики управления прибылью.

Ключевые слова: прибыль, доходность, себестоимость, цена, функции прибыли, резервы повышения прибыли, управление прибылью.

Dobrovol's'ka O.V., Tereschenko V.O. Reserves increase profitability in a market

Summary. In the article the essence of profit, its types, forms the basic function of income. The system of measures to improve profitability, increase profit reserves defined by an effective policy of profit.

Keywords: income, yield, cost, price, profit function, reserves, increase profits, profit management.