



УДК 330.1:330.8:338.3

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Студ. К.Г. Міщенко, гр. МгЕП 1-16

Науковий керівник доц. С.В. Бреус

Київський національний університет технологій та дизайну

**Мета і завдання.** Мета наукового дослідження полягає у визначенні шляхів підвищення прибутковості підприємств в Україні.

Задля досягнення мети поставлені такі завдання: виокремити основні чинники, що впливають на збільшення прибутковості підприємства в сучасних умовах; визначити шляхи підвищення прибутковості підприємств України; розробити заходи підвищення прибутковості вітчизняних підприємств.

**Об'єкт та предмет дослідження.** *Об'єкт дослідження* – процес підвищення прибутковості підприємств України. *Предмет дослідження* – теоретико-методичні аспекти підвищення прибутковості підприємства.

**Мета та засоби дослідження.** У процесі дослідження використані такі методи: критичного аналізу наукової і методичної літератури, практичного досвіду вітчизняних підприємств; загальнонаукові методи: аналіз, синтез, індукція і дедукція.

**Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів.** Основні результати дослідження, що формують його наукову новизну полягають у такому: вперше здійснено теоретичне узагальнення категорії «прибуток підприємства» на основі дослідження його сутності з різних точок зору: економічної теорії та практичного досвіду його формування на рівні підприємств; удосконалено підходи до оцінювання та підвищення економічної ефективності діяльності підприємств в умовах ринкових відносин; набуло подальшого розвитку визначення основних шляхів підвищення прибутковості підприємства в сучасних умовах з урахуванням впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає у тому, що визначення шляхів підвищення прибутковості підприємства сприятиме підвищенню ефективності фінансово-економічної діяльності підприємства.

**Результати дослідження.** 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 багато різнобічних точок зору щодо економічної сутності прибутку. Прибуток у класичному розумінні являє собою різницю між доходами та витратами. Рівень і сума прибутку формуються під впливом низки чинників, що справляють як позитивний, так і негативний вплив [1]. Вони поділяються на зовнішні (природні, транспортні умови; інфраструктура ринку; кон'юнктура ринку; ціна на виробничі ресурси; інфляція; конкуренція на ринку товарів тощо [2]) і внутрішні (обсяг реалізації продукції; собівартість; структура продукції; ціна; якість тощо). Діяльність підприємства спрямовується на те, щоб забезпечити збільшення прибутковості підприємства або, принаймні, стабілізацію її на певному рівні протягом визначеного періоду часу.

До основних шляхів підвищення прибутковості підприємства відносяться такі:

1. Зниження собівартості продукції. У зниженні собівартості продукції найбільш повно відбивається економія матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, якими розпоряджається підприємство. Максимальна мобілізація резервів собівартості продукції є важливою умовою забезпечення ефективного функціонування підприємства.



2. Активізація цінової політики. В тих випадках, якщо прибутковість в розрахунку на одиницю продукції низька, збільшення обсягу продажу не спричинить суттєвого зростання прибутку. Проте кращим варіантом буде зниження витрат і/або підвищення ціни [3]. Незважаючи на те, що за певних обставин підвищення ціни призводить до деякого зменшення обсягу продажу, він може бути компенсований підвищеною ціною.

3. Механізація виробництва. За рахунок введення в експлуатацію нового обладнання може бути збільшений обсяг виробництва продукції, що призведе до зниження витрат в розрахунку на одиницю продукції, тобто буде забезпечений ефект масштабу. Такий захід також в якості супутнього може призвести до пошуку нових ринків збуту та збільшення витрат на збут, зокрема за рахунок розробки та впровадження рекламної компанії, що, в свою чергу, також прийтиме підвищенню прибутку підприємства [4].

4. Покращення якості продукції та ліквідація втрат від браку. Проблема якості продукції в певних секторах економіки пов'язана із підвищенням надійності і тривалості використання виробів. Багато підприємств забезпечують гарантований термін експлуатації продукції за рахунок оплати витрат по передчасному ремонту бракованої продукції в майстернях гарантійного ремонту [5].

Для забезпечення ефективного функціонування суб'єкту господарювання в сучасних умовах та збільшення його прибутковості доцільним є розробка заходів, що базуються на дослідженні впливу чинників зовнішнього й внутрішнього середовища, визначенні шляхів підвищення прибутковості підприємства, а також їх реалізація в практичній діяльності. До основних з них відносяться такі: покращення системи маркетингу на підприємстві, зокрема здійснення групування продукції за ознаками рентабельності за допомогою ABC – аналізу і зосередження уваги на тій продукції, яка є високо-рентабельною; покращення якості та збільшення обсягу виробництва продукції з середнім рівнем рентабельності та зняття з виробництва низькорентабельної продукції.

**Висновки.** Ефективне функціонування підприємства в умовах ринкових відносин потребує нових підходів до управління формуванням та розподілу прибутку. У зв'язку з чим відбуваються зміни і у визначенні прибутку підприємства як економічної категорії. Розроблені заходи збільшення прибутковості підприємства в умовах ринкових відносин, що базуються на дослідженні впливу чинників зовнішнього й внутрішнього середовища та визначенні шляхів підвищення прибутковості суб'єкту господарювання, а також їх реалізація в його практичній діяльності сприятиме збільшенню прибутковості підприємства і, як результат, – збільшенню основних макроекономічних показників держави.

**Ключові слова.** Підприємство, суб'єкт господарювання, прибуток, рентабельність.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Экономический анализ: Учебн. пособие./ М.А. Болюх, В.З. Бучевский, М.И. Горбатов и др.; под ред. М.Г. Чумаченко. – К.: КНЭУ, 2003.
2. Власова Н.О., Круглова О.А., Бузинова Л.И. Финансы предприятия: Учебн. пособие.- К.: Центр уч. лит-ры, 2007.
3. Мочерний С. В., Устинко О. А., Чоботар С. І. Основи підприємницької діяльності: Посібник. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2002. – 280 с.
4. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства : підручник / С.Ф. Покропивний. – [Вид. 3-є, перероб. та доп.]. – К. : КНЕУ, 2006. – 528 с.
5. Мец В.О. Экономический анализ финансовых результатов и финансового состояния предприятия.: Учебн. пособие. – К.: Высшая школа, 2003.