

УДК 330.3

**Мелень О.В.***кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економічного аналізу та обліку  
Харківського національного технічного університету  
«Харківський політехнічний інститут»***Гарібян Т.А.***магістр  
Харківського національного технічного університету  
«Харківський політехнічний інститут»*

## АКТУАЛЬНІСТЬ ПИТАНЬ РОЗРОБКИ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню та обґрунтуванню шляхів та напрямів підвищення прибутковості підприємства, а також дослідженню управління прибутком. Прибуток є рушійною силою і мотивом діяльності підприємств та організацій, яка дозволяє підприємству утримувати свої позиції на ринку і забезпечувати динамічний розвиток виробництва в умовах конкуренції. Головною метою управління прибутком є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості. Прибутковість підприємства безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку та показує ефективність діяльності підприємств різних форм власності та характеризує інтенсивність їх роботи.

**Ключові слова:** прибуток, доходи, витрати на виробництво, рентабельність, обсяг виробництва, цінова політика, маркетингова політика.

### **Мелень Е.В., Гарібян Т.А. АКТУАЛЬНОСТЬ ВОПРОСОВ РАЗРАБОТКИ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Статья посвящена исследованию и обоснованию путей и направлений повышения прибыльности предприятия, а также исследованию управления прибылью. Прибыль является движущей силой и мотивом деятельности предприятий и организаций, которая позволяет предприятию удерживать свои позиции на рынке и обеспечивать динамичное развитие производства в условиях конкуренции. Главной целью управления прибылью является определение путей наиболее эффективного его формирования и оптимального распределения, направленных на обеспечение развития деятельности предприятия и роста его рыночной стоимости. Прибыльность предприятия непосредственно связана с получением прибыли и показывает эффективность деятельности предприятий различных форм собственности и характеризует интенсивность их работы.

**Ключевые слова:** прибыль, доходы, затраты на производство, рентабельность, объем производства, ценовая политика, маркетинговая политика.

### **Melen O.V., Gharibyan T.A. ACTUALITY OF ISSUES DEVELOPMENT DIRECTIONS OF INCREASING PROFITABILITY OF THE ENTERPRISE**

The article investigates the rationale and direction of increasing the profitability of the enterprise, as well as the study of profit management. Profit is the driving force and motivation of enterprises and organizations, which allows the company to maintain its position in the market and to ensure the dynamic development of production in the face of competition. The main purpose of profit management is to determine the most efficient ways of its formation and optimal allocation aimed at the development of the company and increase its market value. Profitability is directly related to a profit and shows the effectiveness of different enterprises and characterizes the intensity of their work.

**Keywords:** profit, revenues, costs of production, profitability, production volume, pricing, marketing policy.

**Постановка проблеми.** Прибуток підприємства є потужним важелем динамічного розвитку виробництва, тому головним завданням розвитку підприємств є застосування ефективних методів управління підприємством у процесі здійснення підприємницької діяльності, зокрема у застосуванні методів управління прибутком та збільшенні прибутковості підприємства.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У науковій літературі проблема шляхів зростання прибутковості підприємства досліджена значною кількістю науковців, зокрема це роботи В.Д. Базилевича, І.А. Бланка, С.В. Зазанської, С.Ф. Покропивного, А.М. Поддєрьогіна та інших вчених-економістів. Але й досі актуальним питанням залишається дослідження впливу різних факторів (внутрішніх та зовнішніх) на зростання прибутковості підприємства.

**Постановка завдання.** На основі викладеного можна сформулювати завдання роботи, яке полягає в комплексному теоретичному обґрунтуванні основних шляхів зростання прибутковості підприємства, а також практичних рекомендацій щодо вдосконалення

формування, планування та розподілу прибутку підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Метою створення будь-якого підприємства є отримання прибутку. Прибуток найповніше характеризує ефективність господарської діяльності підприємств, їх фінансові можливості й у кінцевому підсумку визначає рівень фінансової стабільності у державі та є джерелом підвищення рівня добробуту населення.

Сьогодні в економіці України питання отримання прибутку і підвищення ефективності виробництва є досить актуальними. Формування, використання та зростання прибутку підприємства мають свої особливості в умовах ринкової економіки, що зумовлює необхідність поглибленого дослідження теоретичних засад зростання прибутковості підприємства, її впливу на темпи та обсяги суспільного відтворення.

На сучасному етапі необхідний якісно новий підхід до теоретичного висвітлення і практичного обґрунтування рекомендацій щодо збільшення шляхів та напрямів прибутковості підприємства.

За своєю сутністю прибуток – це складна і багатогранна економічна категорія. На формування прибутку підприємства впливають ефективність його фінансово-господарської діяльності, сфера діяльності, галузь господарства, установлені законодавством умови обліку фінансових результатів.

Прибуток у класичному розумінні являє собою різницю між ціною товару і затратами на виробництво товару – його собівартістю. Такий показник, безумовно, характеризує якість господарювання підприємства [1].

Прибуток є якісним показником, оскільки він синтезує всі сторони діяльності підприємства, характеризує ефективність його господарської діяльності в цілому. Він являє собою різницю між сукупними доходами і сукупними витратами торгового підприємства або між ціною реалізації та собівартістю продукції, товарів, послуг.

Отримання прибутку безпосередньо пов'язано з такою категорією, як «витрати виробництва», оскільки прибуток – це та частина додаткової вартості продукту, яка залишається після покриття витрат виробництва, тобто це показник, який формується на мікрорівні. На формування прибутку як фінансового показника роботи підприємства впливає встановлений порядок визначення фінансових результатів діяльності; обчислення собівартості продукції (робіт, послуг); загальногосподарських витрат; визначення прибутків (збитків) від операційної діяльності, фінансових операцій та іншої діяльності. Отже, прибуток – це важливий показник, що характеризує фінансовий результат діяльності підприємства і зазнає впливу багатьох чинників.

У формуванні прибутку є особливості, що залежать від сфери діяльності підприємства, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин тощо. Процес отримання підприємством прибутку відбувається під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. Зовнішні фактори не залежать від діяльності підприємства, але суттєво впливають на його прибуток. До них можна віднести природні умови, транспортні умови, інфраструктура ринку, конкуренція на ринку, рівень інфляції тощо. Внутрішні фактори, що впливають на прибуток, характеризуються ритмічністю виробництва, матеріальною, науково- й організаційно-технічною осначеністю виробництва, якістю продукції, її асортиментом і структурою, ефективністю використання ресурсів, комерційною та природоохоронною діяльністю, соціальними умовами праці та побуту.

Основними завданнями управління формуванням прибутку підприємства є: забезпечення максимізації його розміру, що формується і який відповідає ресурсному потенціалу суб'єкта господарювання та ринковій кон'юнктурі; забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку, що формується, та допустимим рівнем ризику; забезпечення високої якості прибутку, що формується; забезпечення постійного збільшення ринкової вартості підприємства; підтримка конкурентоспроможності у довгостроковому періоді; забезпечення ліквідності підприємства та його платоспроможності; підтримка інвестиційної привабливості [2, с. 238].

Процес управління прибутком підприємства має відбуватися у певній послідовності і забезпечувати реалізацію головної мети і основних завдань цього управління.

Управління прибутком являє собою цілеспрямований, систематичний процес підготовки, оцінки, відбору та реалізації альтернативних управлінських

рішень з усіх питань його формування, розподілу та використання на конкретному підприємстві. Система управління прибутком може функціонувати тільки за наявності відповідних даних, на основі яких можна налагодити постійний моніторинг процесу формування прибутку; оцінювати рівень операційного та валового прибутку; аналізувати чинники впливу на обсяг прибутку. Джерелами інформації у даному разі виступають дані маркетингового аналізу, бухгалтерського та управлінського обліку [3].

Головною метою управління прибутком є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості.

Розподіл і використання прибутку є найважливішим господарським процесом, що забезпечує покриття потреб підприємців і формування доходів держави. Механізм розподілу прибутку повинен бути побудований таким чином, щоб всіляко сприяти підвищенню ефективності виробництва, стимулювати розвиток нових форм господарювання. Прибуток підприємства, отриманий підприємством у результаті його господарської діяльності, розподіляється між державою і підприємством. Частина прибутку, що перераховується державі, визначається встановленими законодавством ставками податку на прибуток. Можливими напрямками використання чистого прибутку є фонди спеціального призначення (резервний фонд, фонд розвитку виробництва, фонд виплати засновникам (власникам) або фонд виплати дивідендів акціонерам, фонд споживання), оплата штрафних санкцій, відрахування на благодійні заходи, погашення цільового кредиту тощо. Тобто прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства, служить не тільки джерелом фінансування виробничого і соціального розвитку, а також матеріального заохочення робітників, але і використовується у випадках порушення підприємством чинного законодавства для сплати різних штрафів і санкцій.

Однією із найважливіших проблем розподілу прибутку є оптимальне співвідношення частки прибутку, що акумулюється в доходах бюджету і залишається в розпорядженні підприємства. Економічно обґрунтована система розподілу прибутку повинна гарантувати виконання фінансових зобов'язань перед державою і максимально забезпечити виробничі, матеріальні та соціальні потреби підприємства [4].

Управління розподілом та використанням прибутку доцільно здійснювати поетапно [5]:

- 1) формування інформаційної бази для аналізу ефективності використання прибутку підприємством;
- 2) ретроспективний аналіз використання прибутку підприємства;
- 3) дослідження внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на ефективність використання прибутку підприємства;
- 4) визначення напрямів розподілу прибутку на поточний період з урахуванням стратегічних і тактичних цілей підприємства;
- 5) розроблення системи управлінських рішень із забезпечення повного та ефективного використання розподіленого прибутку;
- 6) забезпечення контролю за виконанням управлінських рішень щодо розподілу та використання прибутку підприємства;
- 7) коригування окремих управлінських рішень щодо розподілу та використання прибутку та результати здійсненого контролю з урахуванням стратегії розвитку підприємства.

Максимізація прибутку є вирішальним чинником успішної конкурентоспроможності підприємства, його життєздатності і закріплення на ринку. Прибутковість підприємства вимірюється двома показниками – прибутком і рентабельністю. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів, а рентабельність є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва. Вона безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку та показує ефективність діяльності підприємств різних форм власності та характеризує інтенсивність їх роботи. Рентабельність показує співвідношення прибутку з понесеними витратами. Це відносний показник, який має властивість порівняння. Рентабельність характеризує ступінь дохідності, вигідності, прибутковості. Тобто, розглядаючи резерви збільшення прибутку і, взагалі, прибутковості підприємства, слід звернути увагу на те, що отримання прибутку залежить як від доходів підприємства, так і від його витрат. Тобто, виходячи з вищевикладеного, можна зазначити, що максимізація прибутку та прибутковості підприємства може бути досягнута за таких умов:

- збільшення обсягів випуску та реалізації продукції;
- за рахунок зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції;
- впровадження економічно обґрунтованих норм на підприємстві;
- при впровадженні досягнень науково-технічного прогресу;
- за рахунок підвищення якості продукції, що реалізується;
- за рахунок підвищення продуктивності праці;
- використання вторинних ресурсів та попутних продуктів;
- застосування правильної тактики в області встановлення цін;
- правильний та економічно обґрунтований вибір маркетингової політики підприємства.

Слід відмітити, що збільшення обсягу випуску та реалізації продукції приводить до пропорційного збільшення прибутку за умови, що продукція є рентабельною. Але треба пам'ятати, що збільшення прибутку на підприємстві тягне за собою й збільшення відрахувань до державного бюджету.

Собівартість продукції і прибуток взаємопов'язані між собою, оскільки зниження собівартості призводить до відповідного зростання суми прибутку і навпаки. Зниження собівартості продукції є найважливішим фактором 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 [6, с. 254].

На витрати виробництва та реалізацію продукції впливають всі чинники витрат виробництва, виражені у грошовій формі, а саме: основних фондів, сировини, матеріалів, палива, енергії, трудових ресурсів. Це найважливіший внутрішньовиробничий показник, який впливає на збільшення прибутку підприємства. Для будь-якого виробника основним, а іноді і єдиним джерелом збільшення прибутку стає зниження витрат. Звідси визначається й основне завдання підприємства для збільшення прибутку – визначити оптимальне співвідношення між витратами та дохо-

дами, що є найважливішою умовою ефективної діяльності підприємства.

Важливе значення у боротьбі за зниження витрат та підвищення прибутку має дотримання найсуворішого режиму економії на всіх ділянках виробничо-господарської діяльності підприємства [7, с. 235]. Послідовне здійснення на підприємствах режиму економії виявляється насамперед у зменшенні витрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції, скороченні витрат з обслуговування виробництва і керування й інших непродуктивних витрат, зменшенні невиробничих виплат по заробітній платі, по оплаті цілоденних простоїв і часів внутрішньозмінного простою тощо.

Потребують вдосконалення норми та нормативи, які діють на підприємстві, оскільки економічно і технічно обґрунтовані норми й нормативи та їх своєчасний перегляд призводять до зниження витрат виробництва.

Впровадження досягнень науково-технічного прогресу на підприємстві, а саме впровадження нової техніки, удосконалення технології, впровадження прогресивних матеріалів тощо дозволить значно знизити витрати виробництва, а також собівартість продукції і цим самим збільшити прибуток. Механізоване виробництво потребує значно менше робітників і це у свою чергу зменшить витрати на оплату праці. Також за рахунок нового обладнання можна збільшити обсяг продукції, що виготовляється, що у свою чергу призведе до зниження витрат у розрахунку на одиницю продукції.

Резервом зростання прибутку промислових підприємств є підвищення якості продукції, що виробляється, і ліквідація втрат від браку. Проблема якості продукції у ряді галузей промисловості пов'язана із підвищенням надійності і тривалості використання виробів. Багато підприємств випускають продукцію з гарантією. Практика показує, що деякі підприємства забезпечують гарантований строк служби виробів за рахунок оплати витрат по передчасному ремонту бракованої продукції, реалізованої споживачу в майстернях гарантійного ремонту. Це призводить до зниження якості продукції і збільшення її собівартості, так як у плановій собівартості вже передбачені витрати на гарантійний ремонт, що наносить як моральний, так і матеріальний збиток і покупцю, і виробнику.

Підвищення прибутку може відбутися також за рахунок підвищення продуктивності праці. Із зростанням продуктивності праці знижуються витрати праці в розрахунку на одиницю продукції, а отже, зменшується і питома вага заробітної плати у структурі собівартості. Для цього підприємство повинно активно використовувати різноманітні мотиваційні засоби: перевести якомога більше працівників на відповідну форму оплати праці, працівникам погодинної форми у більшому розмірі оплачувати роботу у понаднормовий 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, організовувати санаторно-курортне лікування для працюючих та інвалідів праці [8, с. 126].

Одним із 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 [9, с. 180].

Також важлива роль у підвищенні прибутку відведена маркетингу. Практика показує, що багато видів нової продукції не може знайти покупця на ринку без хорошої організації маркетингу, і тому підприємствам для збільшення обсягів реалізації продукції і, як наслідок, збільшення прибутку слід більше уваги приділяти маркетинговій політиці підприємства.

Ціна продукції справляє прямий вплив на основні результати діяльності підприємства – прибуток і обсяг продажу. Під час пошуку оптимальної ціни підприємство виходить з припущення, що метою діяльності є максимізація прибутку. Причому відомо, що часто вплив ціни на прибуток є значно більшим, ніж вплив інших чинників, таких як обсяг продажу, рівень витрат тощо. Для збільшення обсягу отриманого прибутку підприємствам необхідно застосовувати правильну цінову політику, тому що іноді збільшення ціни призводить до певного скорочення обсягу продажу. Заниження ж продажної ціни з метою збільшення обсягу продаж та збільшенню прибутку також має сенс, але постійне проведення політики низьких цін може закінчитися для підприємства негативною ситуацією. Тому, встановлюючи ціни, підприємства мають керуватися насамперед цілями цінової політики підприємства, основними серед яких є: отримання максимального прибутку та проникнення на нові товарні ринки, збереження й закріплення «своїх» споживачів, збільшення частки ринку, перемога над основними конкурентами, залучення великих оптовиків, використання резервних можливостей, підвищення ефективності роздрібних продажів, створення іміджу товару чи фірми тощо. При цьому завдання цінової політики мають відповідати ринковим цілям компанії.

Отже, для підвищення прибутку підприємства потрібно спиратися на комплексний техніко-економічний аналіз діяльності підприємства, що має на увазі: 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.

**Висновок.** З наведеного вище можна зробити висновки, що розподіл і використання прибутку є найважливішим господарським процесом, який забезпечує покриття потреб підприємців і формування доходів держави. Механізм розподілу прибутку по-

винен бути побудований таким чином, щоб усіляко сприяти підвищенню ефективності виробництва, стимулювати розвиток нових форм господарювання. Максимізація прибутку є вирішальним чинником успішної конкурентоспроможності підприємства, його життєздатності і закріплення на ринку. Оскільки отримання прибутку залежить як від доходів підприємства, так і від його витрат, то шляхами підвищення прибутковості підприємства є скорочення витрат, впровадження досягнень НТП, підвищення рівня якості продукції та її конкурентоспроможності на ринках збуту, розширення діяльності у існуючих сегментах та вихід на нові ринки. Важливим фактором для збільшення прибутковості діяльності підприємства також є правильна маркетингова стратегія та цінова політика підприємства-виробника.

Для вирішення проблеми знаходження шляхів та резервів збільшення прибутковості необхідно системно аналізувати прибутковість підприємств та чинники, які впливають на неї, постійно відстежувати і встановлювати резерви з максимізації прибутку та поєднувати різноманітні шляхи підвищення рівня прибутковості.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Роль і місце прибутку в економіці підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uaeconomic.com/ulens-1956-1.html>.
2. Бланк І.А. Управління прибутком підприємства / А.І. Бланк. – М. : Фінанси й статистика, 2005. – 456 с.
3. Удосконалення управління прибутком на підприємстві [Електронний ресурс] / В.І. Куцик, В.О. Бовсуновська. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc\\_Gum/Torg/2009\\_10/04.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Torg/2009_10/04.pdf).
4. Розподіл та використання прибутку підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.finlearn.com/lifers-1132-1.html>.
5. Вдосконалення формування та використання прибутку підприємства [Електронний ресурс] / В.І. Блонська. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvntlu/18\\_1/18\\_1\\_Blonska\\_2.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvntlu/18_1/18_1_Blonska_2.pdf).
6. Кондратюк О.М. Синергія інформації в управлінні витратами підприємства / О.М. Кондратюк, О.В. Школа // Держава та регіони. – 2010. – № 6. – С. 253-255.
7. Семенов А.Г. Аналіз та вдосконалення оплати праці. / А.Г. Семенов, А.І. Шарко // Держава та регіони. – 2010. – № 6. – С. 232-238.
8. Круш П.В. Внутрішній економічний механізм підприємства : посібник / П.В. Круш, С.О. Тульчинська. – К. : ЦНЛ, 2008. – 206 с.
9. Пасічник В.Г. Організація виробництва : підручник / В.Г. Пасічник. – К. : ЦНЛ, 2005. – 248 с.