

ЧИННИКИ ТА РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Головним показником ефективної діяльності підприємства є прибуток, що втілює собою його кінцеву мету у вартісній формі. Прибуток не лише є показником ефективності роботи підприємства, а ще має важливе практичне значення: отримана величина прибутку надає змогу створювати власні фінансові ресурси, тобто формувати джерело самофінансування, яке спрямоване на розвиток підприємства, вдосконалення матеріальної бази та забезпечення безперебійної діяльності суб'єкта господарювання.

Сучасний етап розвитку ринкових та економічних відношень передбачає посилення ролі прибутку у діяльності підприємства. Разом з тим виникає необхідність раціонального планування діяльності підприємства, вибору оптимальної фінансової політики з метою отримання максимальної величини прибутку за рахунок виявлення резервів його збільшення.

Для підприємства прибуток – це кінцевий фінансовий результат, що характеризує його виробничо-господарську діяльність. Якщо прибуток зростає, то виникає фінансова основа, яка дозволяє проводити самофінансування господарської діяльності. За таких умов прибуток відіграє важливу роль у оцінці виробничої та фінансової діяльності підприємства та виникає необхідність у вивченні джерел, які мають позитивний вплив на величину отриманого прибутку [2, с. 191].

Для виявлення та розробки шляхів збільшення прибутку підприємства необхідно дослідити та проаналізувати чинники, що призводять до зростання прибутку. У загальному виді в економічній літературі чинники зростання прибутку поділяють на зовнішні (макроекономічне середовище) та внутрішні (мікроекономічне середовище).

До чинників, що складають макроекономічне середовище підприємства належать кон'юнктура ринку, рівень ринкових цін на продукцію, інфляція соціально-економічні та політичні умови, нормативно-правова база та ін. Підприємство не має можливості контролювати ці фактори, але їх постійний аналіз може мати позитивний ефект у подальшій діяльності.

Для підприємства значну роль відіграють чинники, що складають мікроекономічне середовище. У загальному вигляді внутрішні чинники класифікують на виробничі та невиробничі, а їх поділяють на інтенсивні та неінтенсивні. Пріоритетність зазначених чинників характеризується їх різноманітністю та можливістю контролю. Наприклад, підприємства приділяють увагу факторам чисельності працівників, обсягу засобів виробництва, витрат матеріалів через брак, підвищення продуктивності обладнання та ін. [1].

У зарубіжній економічній літературі виділяють та концентрують найбільшу увагу на наступних основних внутрішніх чинниках: ціна продукції, обсяг виробництва, змінні та постійні витрати [4].

Необхідно зауважити, що вплив на фактори з боку підприємства може здійснюватись не лише в одному напрямку (збільшення або зменшення). При визначенні ціни, обсягу виробництва, змінних та постійних витрат як основних факторів впливу, виникає залежність, що передбачає їх пропорційну зміну для отримання позитивного ефекту. Наприклад, підвищення ціни супроводжується незмінним або незначним зменшенням обсягів виробництва. Якщо ціна продукції зменшується, то приріст обсягу виробництва повинен компенсувати зниження ціни. У цьому випадку є можливість знизити витрати на одиницю продукції за рахунок економії на масштабі [5].

Зростання прибутку підприємства залежить від того, наскільки ефективно проводиться дослідження невикористаних можливостей підприємства, тобто пошук нових резервів росту прибутку, що формуються на основі виробничих факторів впливу.

Основними резервами підвищення прибутку підприємства є: збільшення обсягів виробництва та реалізації; покращення якості продукції; оновлення технічного оснащення підприємства; зниження собівартості продукції за рахунок раціонального використання фінансових, матеріальних та трудових ресурсів; диверсифікація виробництва тощо [1].

Сучасний розвиток економіки спрямований на модернізацію виробництва, впровадження нових технологій та устаткування. Значну роль у цих процесах відіграють підприємства приладобудівної галузі, тому їх було обрано для застосування викладених теоретичних положень на практиці.

Аналіз показав, що основними чинниками впливу на величину прибутку приладобудівних підприємств є: якість та ціна продукції, структура та собівартість виробництва, запаси сировини та матеріалів.

На їх основі були виявлені наступні резерви підвищення прибутку:

- модернізація існуючої продукції за технічними та зовнішніми характеристиками, а також посилення маркетингового впливу на потенційних покупців;
- диверсифікація виробництва за рахунок виробництва товарів-комплементів;
- скорочення запасів сировини та матеріалів, що можна втілити декількома способами: 1) збільшенням виробничої потужності; 2) впровадженням логістичної концепції «Just in Time» («Точно в термін»), яка орієнтується на скорочення запасів та виконання замовлень без затримок, що надає змогу зменшити собівартість продукції та підвищити оборотність капіталу [3, с. 62].

З часом система дозволить підприємствам скоротити перевитрати на сировину і матеріали, мати в наявності додаткову територію для виробництва, а вивільнені кошти використовувати на модернізацію та диверсифікацію продукції.

Таким чином, можна сказати, що для приладобудівних підприємств планування прибутку є головною складовою фінансової політики, а розроблені заходи мають позитивний вплив, так як їхнє впровадження разом з чітко встановленою стратегією управління здатне привести до отримання максимальної величини прибутку.

Список використаної літератури:

1. Биба В. В., Ковалець М. В. Чинники, що впливають на прибуток сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2016. № 5 URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4960> (дата звернення: 12.10.2019).
2. Осипов В.І Економіка підприємства: підручник. Одеса : Маяк, 2005. 720 с.
3. Перезова І. В., Сакун А. Ж. Логістична концепція виробничо-промислового підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 14. С. 58-64.
4. Geoff Riley. Factors that Affect Business Profitability. 2016. URL: <https://www.tutor2u.net/economics/reference/strategies-for-improving-business-profitability> (дата звернення: 13.10.2019).
5. Nigel Plowman. What you can do to improve the profitability of your business. 2010. URL: <https://www.mckinleyplowman.com.au/wp-content/uploads/2016/07/Improve-Your-Business-Profit-1.pdf> (дата звернення: 12.10.2019).