

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Пелепецький Володимир Іванович
Науковий керівник: к.е.н., доц. Гнип Н.О.
Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»

Однією з проблем сьогодення є вивчення факторів, які безпосередньо впливають на величину прибутку. Метою діяльності будь-якого підприємства чи організації є спрямування всіх своїх сил на досягнення позитивного кінцевого результату.

Історія теорії прибутку має давню історію, бо питання щодо його ефективного формування та використання турбували економістів ще з давніх часів. Багато українських та зарубіжних вчених зробили власний вклад в історію вивчення прибутку, серед яких наступні: К. Безверхий, Т.Г. Васильців, М.М. Лигор, Б. Писаренко, та інші. Вклад вищезгаданих вчених в процес дослідження розвитку проблем формування і використання прибутку підприємства та розробки шляхів їх удосконалення був значним і залишив слід в історії економічної теорії. Але не зважаючи на це, прибуток, а саме розробка заходів з підвищення прибутковості підприємства є однією з головних питань сьогодення.

Регулярне отримання прибутку є обов'язковою метою діяльності будь-якого підприємства. Тому головною проблемою для підприємства є максимізація прибутку, тобто розробка стратегії саме на регулярне підвищення прибутку та мінімізацію витрат.

Формування ринкової економіки вимагає від підприємств України зваженого і економічно обґрунтованого підходу щодо розробки і планування своєї діяльності, до визначення стратегії фінансової і виробничої політики, оцінки й аналізу отриманих результатів. Прибуток у ринковій економіці є найпростішою і одночасно найскладнішою категорією. Він є основною і головною рушійною силою ринкової економіки, основним мотивом діяльності для підприємств в цій економіці.

Глибокі перетворення, що відбуваються в економіці, сприяють максимальній мобілізації внутрішніх резервів. Для ефективного функціонування суб'єктів господарювання в умовах ринкових відносин найбільше значення має виявлення резервів збільшення об'єму продукції, зниження собівартості, зростання прибутку.

Одним із резервів зростання прибутку підприємства є збільшення об'єму реалізації товарної продукції. Між прибутком та об'ємом реалізації існує пряма залежність, тобто чим більше продукції реалізується, при

інших рівних умовах, тим більшою є сума прибутку, і навпаки, невиконання плану по реалізації зменшує прибуток [1].

Певну роль в процесі реалізації продукції відіграє правильна організація оплати праці робітників відділів збуту промислових підприємств. Ефективне використання матеріальних ресурсів в значній мірі залежить від роботи відділу постачання. Однією з важливих задач органів постачання промислових підприємств є контроль за станом запасів і за управлінням ними [2].

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

Значний вплив на збільшення прибутку має оновлення основних засобів. Технічне переозброєння виробництва покращує економічні показники роботи підприємств.

Збільшення прибутку є одним з напрямків підвищення продуктивності праці, економії трудових витрат на виробництво. Значний вплив на підвищення продуктивності праці і, відповідно зростання прибутку, має скорочення застосування ручної праці, подальше впровадження механізації і автоматизації виробничих процесів.

Зменшення витрат підприємства можливе за рахунок скорочення операційних витрат шляхом впровадження нової системи управління запасами – поставки товарів «точно в строк», що дозволить зменшити витрати на оренду складів [3].

Точно в строк (ТВС) - найбільш поширена у світі логістична концепція. Основна ідея концепції ТВС полягає в наступному: якщо виробничий розклад задано, то можна так організувати рух матеріальних потоків, що всі матеріали, компоненти і напівфабрикати будуть надходити в необхідній кількості, в потрібне місце і точно до призначеного терміну для виробництва, складання або реалізації готової продукції. Схема збуту товарів по системі «точно в строк» дозволить ліквідувати статтю витрат «Оренда складів» і знизити собівартість продукції.

Важливу роль в організації збутової програми відведена маркетингу. Практика світової торгівлі показала, що багато видів нових виробів не знаходять свого покупця на ринку без вправної організації маркетингу. Тому в цих умовах господарювання слід більше уваги приділяти маркетингу [4].

Для збільшення обсягу отриманого прибутку велике значення має збереження наявних довготривалих господарських зв'язків. Їх зруйнування погано позначається на виробництві, матеріально-технічному постачанні.

Для збільшення доходів потрібно змінити концепцію збуту продукції. Можна запровадити франчайзингову систему реалізації продукції.

Франчайзинг - це така організація бізнесу, за якою компанія (франчайзер) передає певній людині чи компанії (франчайзі) право на продаж продукту і послуг цієї компанії.

Франчайзі зобов'язується продавати цей продукт чи послуги по заздалегідь визначених законах і правилах ведення бізнесу, що встановлює франчайзер. В обмін на здійснення всіх цих правил франчайзі одержує дозвіл використовувати ім'я компанії, її репутацію (гудвіл), продукт та послуги, маркетингові технології, експертизу, і механізми підтримки [4].

Отже, якщо урахувати усі вищезгадані шляхи підвищення прибутковості підприємства, то можна вийти на новий рівень, який забезпечить максимальну прибутковість організації та узагалі всієї економічної діяльності українських та зарубіжних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Круш П.В. Внутрішній економічний механізм підприємства: [навч. посіб.] / П.В. Круш, С.О. Тульчинська. – К.: ЦНЛ, 2015. – 206 с.
2. Мельников С. С. Ціна, норма прибутку, спосіб виробництва / С. С. Мельников // Економіка і виробництво. – 2014. - № 2. - С. 32 – 36.
3. Рибін А. В. Оподаткування прибутку підприємства / А. В. Рибін // Харчова промисловість. – 2013. – № 10. – С. 34 – 36.
4. Попов Ю. О. Галузевий центр прибутку на регіональній компанії / Ю. О. Попов // Економічний аналіз. – 2014. – № 23. – С. 37 – 43.