

Larysa Luhosh, Candidate of Economic Sciences, Professor
Augustine Voloshyn Carpathian University
Uzhhorod, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-244-9-31>

WAYS TO INCREASE THE PROFITABILITY OF THE ENTERPRISE IN CRISIS CONDITIONS

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В КРИЗОВИХ УМОВАХ

Активний розвиток ринкової економіки в Україні призводить до пошуку відповіді на питання отримання максимально можливого розміру прибутку для ефективної діяльності у майбутньому та розвитку суб'єкта господарювання загалом. Прибуток є одним із найважливіших показників ефективної роботи підприємства. Його величина залежить від ряду зовнішніх та внутрішніх факторів. Тому вкрай важливим є глибоке дослідження таких показників, від ефективності яких зростання прибутковості очікується на максимальному рівні.

Питанням дослідження прибутковості підприємства та шляхів її підвищення займалась велика кількість науковців, серед яких: Антонюк Р.Р. [1], Хмелевський О.В. [5], Огійчук М.Ф. [4], Єпіфанова І.Ю. [3] та ін. Але, не зважаючи на велику кількість праць стосовно даної теми, питання, що стосуються шляхів підвищення прибутковості підприємства досі залишаються актуальними.

В умовах ринкової економіки кожний суб'єкт господарювання, незалежно від форми його власності та розмірів статутного капіталу, ставить собі за мету отримання позитивного фінансового результату, яким і виступає його чистий дохід, що залишається в розпорядженні такого підприємства.

Досліджуючи сутність прибутковості, не можна не відмітити різноманітність поглядів щодо тлумачення цього поняття так:

Антонюк Р.Р. у своїх статтях тлумачить, що категорія «прибутковість» – це «підтверджена здатність підприємства генерувати

позитивний фінансовий результат від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, що полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі достатньому для ефективного подальшого функціонування» [1, с. 51].

Хмелевський О.В. трактує прибутковість як «стан підприємства, що вказує на його здатність здійснювати рентабельну діяльність, забезпечувати платоспроможність, генерувати прибуток, на основі чого забезпечувати стабільність зростання та майбутній інноваційно-інвестиційний розвиток» [5, с. 51].

Огійчук М.Ф. визначає прибутковість як «вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем» [4, с. 37].

Прибуток та рентабельність є двома ключовими показниками, за допомогою яких можна охарактеризувати прибутковість підприємства. Ці показники тісно переплітаються між собою, але ототожнювати рентабельність з прибутком теж не варто. Прибуток є абсолютним показником, тобто чим більший показник прибутку, тим ефективніше відбувається розвиток підприємства, тим більше з'являються можливості для розширення виробничої діяльності. Водночас рентабельність є відносним показником, що у загальному вигляді розраховується як відношення прибутку до витрат, тобто є нормою прибутку.

Рентабельність є показником, що характеризує ефективність вкладеного капіталу, а також регулює активи щодо грошових та матеріальних коштів. Окрім того, рентабельність вимірюється за допомогою цілої системи відносних показників, що характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності, доцільність процесу виробництва щодо окремих видів продукції.

Ринкова економіка призводить до появи все більшої кількості нових підприємств. Отримання ж прибутку є основною метою кожного суб'єкта господарювання. Для того щоб досягти цієї мети, необхідно вміло аналізувати ситуацію, яка склалася на ринку та всередині самого підприємства. Тільки при чіткому та грамотному плануванні своєї діяльності, можливо розраховувати на максимальне збільшення свого доходу.

Важливим моментом у діяльності суб'єкта господарювання є виявлення та кількісне вимірювання впливу факторів на показники прибутковості підприємства, пошук резервів зростання рентабельності його роботи, а також обґрунтування і розробка заходів щодо використання виявлених резервів.

У свою чергу, резерви – це кошти, запаси, ресурси, які зберігаються та при необхідності можуть бути використані для певної мети. Їх можна виявити на стадіях планування, виробництва та реалізації.

На даному етапі можна виділити три основні групи резервів, а саме:

– резерви збільшення обсягів товарообороту, що включають в себе: ефективну маркетингову політику у сфері збуту, удосконалення прогнозування попиту, застосування дієвих та ефективних рекламних заходів, підвищення якості продукції, постійне покращення та оновлення асортименту товару;

– резерви зростання рівня доходу – це пошук більш вигідних ринків збуту, зменшення кількості посередників при закупці та реалізації продукції, застосування нетрадиційних каналів збуту товарів (електронна торгівля, інтернет-маркетинг, аукціони та ін.), розвиток власного виробництва;

– резерви удосконалення використання прибутку – це зниження собівартості продукції, зменшення податкового навантаження на бізнес, уникнення економічних санкцій тощо.

Отже, з вищезазначеного можемо констатувати, що для того, щоб збільшити рівень прибутковості підприємства, необхідно проводити детальний та ґрунтовний аналіз його внутрішніх можливостей, тобто розглядати усі резерви зниження собівартості продукції, а також зосереджувати увагу на взаємодії з ринком, тобто детально аналізувати ситуацію, що склалась, знайти «свого» споживача та проводити правильну цінову політику.

Література:

1. Антонюк Р.Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства*. 2012. № 126. С. 50 – 55.

2. Афанасьев М.В., Плоха О.Б. Экономика предприятия: учебник. Харьков : ВД «ИНЖЕК», 2013. 585 с.
3. Єфіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Економіка і суспільство*. 2016. № 3. С. 189–192.
4. Огітчук М. Ф. Суть прибутку та підходи до методики його визначення. *Економіка АПК*. 2009. № 6. С. 31–45.
5. Хмелевський О.В. Оцінка якості прибутковості в інноваційно-інвестиційному розвитку підприємств машинобудування. *Економіст*. 2008. № 3. С. 50–53.