

ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ І ШЛЯХИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Починаючи свою діяльність, кожен підприємець сподівається на комерційний успіх, тобто гадає, що зможе продавати свою продукцію за такими цінами, які б не тільки окупили витрати на виробництво товару, а й принесли прибуток.

Прибуток характеризує ефективність господарювання за всіма напрямками його діяльності: виробничої, збутової, постачальницької, інвестиційної, фінансової. Прибуток становить основу економічного розвитку підприємства і зміцнює його фінансовий стан та фінансові відносини з партнерами.

Крім цього, прибуток є основним джерелом фінансування витрат на виробничий і соціальний розвиток підприємства, найвагомим джерелом централізованих ресурсів держави: у доходи бюджету здійснюються відрахування від одержаного доходу підприємства, значною частиною якого є прибуток. Це означає, що доходи підприємства повинні задовольняти не тільки фінансові потреби, а й потреби держави на фінансування суспільних фондів споживання, розвиток науки, освіти, охорони здоров'я. Таким чином, у збільшення прибутку зацікавлені як підприємство, так і держава.

Прибуток являє собою виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, що являє собою різницю між сукупним доходом і сукупними затратами в процесі здійснення цієї діяльності. [1]

Основними функціями прибутку є такі:

– слугує мірилом, що дає змогу оцінити результати господарської діяльності підприємства;

– є джерелом винагороди засновникам (власникам) підприємства. За показником прибутку визначається частка доходів засновників (власників) підприємства та розміри очікуваних дивідендів (для акціонерних товариств);

– в умовах ринкових відносин прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства та вдосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування; [2]

– прибуток виступає критерієм доцільності під час схвалення господарських рішень на підприємстві. Оскільки більшість рішень підприємства пов'язані з витрачанням ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових), вони мають розглядатись з урахуванням величини прибутку, який підприємство отримає у результаті їхньої реалізації;

– прибуток є основним фінансовим важелем при формуванні надходжень до бюджету країни. Регулюючи розміри прибутку, що залишаються у розпорядженні підприємств, держава стимулює ділову активність суб'єктів господарювання. [3]

В ринкових умовах з поширенням кризових явищ стає актуальною проблема прийняття рішень, які б дозволили збільшити прибуток підприємства.

До шляхів збільшення прибутку можна віднести такі:

- зменшення витрат на виробництво і реалізацію продукції;
- збільшення обсягу реалізації продукції;
- підвищення продуктивності праці;
- постійне зниження позареалізаційних збитків;
- підвищення якості продукції, що реалізується;
- продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду;
- диверсифікація виробництва;
- розширення ринку продажів і інше.

Зниження собівартості продукції є найважливішим фактором росту 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. Механізоване виробництво потребує значно менше робітників і це в свою чергу зменшить витрати на оплату праці. Також за рахунок нового обладнання можна збільшити випуск продукції, що в свою чергу призведе до зниження витрат в розрахунку на одиницю продукції.

Слід також відмітити, що з ростом обсягу випуску продукції прибуток підприємства збільшується не тільки за рахунок зниження собівартості, але і внаслідок збільшення кількості продукції, що випускається. Таким чином, чим більший обсяг виробництва, тим за інших рівних умов більше сума одержуваного підприємством прибутку.

З ростом продуктивності праці знижуються витрати праці в розрахунку на одиницю продукції, а отже, зменшується і питома вага заробітної плати в структурі собівартості. Для цього підприємство повинне активно використовувати різноманітні мотиваційні засоби.

Також важливими є наступні заходи підвищення прибутку підприємства:

– Планування. Якщо план із прибутку складено на належному рівні, професійно та грамотно, підприємство має змогу правильно визначити обсяг платежів у державний бюджет і суму прибутку, що залишається в його розпорядженні з метою створення фінансової бази для розвитку діяльності, необхідних витрат на розвиток соціальної сфери, матеріальне заохочення праці.

– Резерви зростання. Постійний пошук невикористаних можливостей збільшення прибутку, що забезпечуватиме його зростання.

– Ділова репутація. Одержувати додатковий прибуток і підвищити рентабельність підприємству дозволяє висока ділова репутація. Вчасне розрахування з постачальниками, якість та швидкість наданих товарів і послуг, прийнятна ціна - основні її показники.

Неменш важливу роль в підвищенні прибутку 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.

Отже, прибуток показник якій найбільш повно відображає ефективність виробництва, об'єм і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості; це один з основних фінансових показників господарської діяльності підприємства. За рахунок прибутку здійснюється фінансування заходів щодо науково-технічного і соціально-економічного розвитку підприємства. Прибуток основний чинник економічного і соціального розвитку підприємств.

Для підвищення прибутку потрібно спиратися на комплексний техніко-економічний аналіз роботи підприємства: 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.

Список використаних джерел:

1. Пасічник В.Г. Організація виробництва: підручник. / В.Г. Пасічник. – К.: ЦНЛ, 2005. – 248 с.
2. Шлійко А.В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг: навчальний посібник. / А.В. Шлійко. – К.: ЦНЛ, 2008. – 376 с.
3. Манів З.О. Економіка підприємства: навч. посіб. / З.О. Манів, І.М. Луцький. – К.: Знання, 2004. – 580 с.

Науковий керівник: завідувач кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту,
д. е. н., професор Яценко О.В.